

**JORNALISMO POLÍTICO E VISUALIZAÇÃO
DA INFORMAÇÃO: UM ESTUDO DA
EDITORIA DE PODER DO JORNAL
FOLHA DE S.PAULO**

Mayara Rinaldi Nunes

Mayara Rinaldi Nunes

**JORNALISMO POLÍTICO E VISUALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO:
UM ESTUDO DA EDITORIA DE PODER DO JORNAL *FOLHA DE S.PAULO***

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em
Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina
para a obtenção do Grau de Mestre em Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dra. Tattiana Teixeira

Florianópolis
2014

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Rinaldi, Mayara Nunes
Jornalismo político e visualização da informação : Um
estudo da editoria de Poder do jornal Folha de S.Paulo /
Mayara Nunes Rinaldi ; orientador, Tattiana Teixeira -
Florianópolis, SC, 2014.
164 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-
Graduação em Jornalismo.

Inclui referências

1. Jornalismo. 2. Jornalismo. 3. Infografia. 4.
Visualização de dados. 5. Visualização da informação. I.
Teixeira, Tattiana. II. Universidade Federal de Santa
Catarina. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. III.
Título.

Mayara Rinaldi Nunes

**JORNALISMO POLÍTICO E VISUALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO:
UM ESTUDO DA EDITORIA DE PODER DO JORNAL *FOLHA DE S.PAULO***

Esta dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre em Jornalismo” e aprovada pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC.

Florianópolis, 17 de julho de 2014.

Prof. Dr. Francisco José Castilhos Karam
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

Banca examinadora:

Prof. Dra. Tattiana Teixeira (Orientadora)
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Luiz Gonzaga Figueiredo Motta (Examinador)
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dra. Rita de Cássia Romeiro Paulino (Examinadora)
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dra. Maria José Baldessar (Examinadora)
Universidade Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, antes de qualquer pessoa, pelo dom da vida, por tudo que tenho e que sou.

Agradeço a minha família, pelo apoio em todos os momentos, principalmente nos mais difíceis. Especialmente ao meu marido, por compreender a necessidade de tanto tempo dedicado a essa dissertação; a minha mãe, que frequentemente me dirigia palavras de ânimo para que eu não interrompesse o trabalho; ao meu padrasto, que gentilmente chegou a se oferecer para ajudar no que fosse necessário para que eu pudesse concluir essa etapa acadêmica; e a minha irmãzinha simplesmente por existir.

Agradeço ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo da UFSC. Aos professores pelo aprendizado nesses três anos de estudos. Aos coordenadores e servidores pelo auxílio nas questões técnicas e burocráticas da universidade. A minha orientadora, pela paciência de estar comigo em todos esses anos e pelo exemplo de profissional que é (ética e tecnicamente falando). Para mim, é justamente pelo exemplo que mais aprendemos, em qualquer situação na vida. A ela devo boa parte da jornalista e acadêmica que me tornei hoje.

Por fim, agradeço aos meus colegas de profissão. Aos alunos do POSJOR, da turma que ingressou comigo e das outras turmas que participei no período de estudos do Mestrado, pelas discussões que sempre engrandecem o debate e fomentam nossa formação. E aos meus amigos e colegas de *Diário Catarinense*, por me ajudarem, muitas vezes mesmo sem saber, a tentar aplicar na prática aquilo que estudamos na teoria. Agradeço pelas risadas e pelos momentos felizes que vivemos ao fazer jornalismo.

RESUMO

Esta dissertação se propõe a estudar o uso de visualização da informação (visualização de dados e infografia) na cobertura de política do jornalismo impresso, a partir da análise da editoria de Poder da *Folha de S.Paulo*, no período de julho de 2011 a outubro de 2011 e julho de 2012 a outubro de 2012. Buscamos compreender como e por que esses recursos são utilizados na construção do discurso jornalístico, levantar suas características e os porquês de tais características.

Partimos de uma revisão bibliográfica das áreas de pesquisa de Comunicação Política, Jornalismo, Visualização e Infografia, utilizando conceitos-chaves como esfera pública, jornalismo como forma de conhecimento cristalizado no singular, visualização da informação, visualização de dados e infografia a partir de autores como Cairo (2008, 2011), Genro Filho (1987), Habermas (2003), Manovich (2011) e Teixeira (2010, 2013). Para realização deste trabalho, aplicamos uma metodologia de pesquisa híbrida que utiliza estudo de caso e entrevistas com os profissionais do jornal analisado (Machado; Palácios, 2007; Yin, 2005).

Observamos, ao longo da pesquisa, que a infografia e a visualização de dados (infovis) têm potencial para ajudar o jornalismo a funcionar como espaço da esfera pública nos dias de hoje. Relacionamos os conceitos de infovis com as características da esfera pública, qual seja dar visibilidade e condições de argumentação a temas de interesse público, e apontamos como isso pode contribuir para a democracia. Propomos uma diferenciação conceitual entre infografia e visualização e, a partir das análises e resultados da pesquisa, propomos o conceito de “reportagem visual de dados”.

Palavras-chave: esfera pública, jornalismo político, singular, visualização da informação, visualização de dados, infografia, reportagem visual de dados

ABSTRACT

This thesis aims to study the use of information visualization (data visualization and infographics) in print journalism coverage of politics, from the analysis of *Folha de S.Paulo* in period July 2011 to October 2011 and July 2012 to October 2012. We will try to show how and why these resources are used in the construction of journalistic discourse, raise their characteristics and whys of such features.

We start from a literature review of the research fields of Communication and Politics, Journalism, Visualization and Infographics, utilizing key concepts like the public sphere, journalism as a singular form of crystallized knowledge, information visualization, data visualization and infographics and authors like Cairo (2008, 2011), Genro Filho (1987), Habermas (2003), Manovich (2011) e Teixeira (2010, 2013). To perform this study, we apply a hybrid research methodology using case study and interviews with professionals in the analyzed newspaper (Machado; Palaces, 2007; Yin, 2005).

We observed throughout the research, the infographics and data visualization (infovis) have the potential to help journalism to work as public sphere these days. We relate the concepts of infovis with the characteristics of the public sphere of visibility and the conditions of argumentation to issues of public interest and point out how it can contribute to democracy. We propose a conceptual differentiation between infographics and visualization, and from the analyzes and results of the research, we propose the concept of "visual data reporting".

Keywords: public sphere, political journalism, singular, information visualization, data visualization, infographics, visual data reporting

RESUMEN

Esta tesis tiene como objetivo estudiar el uso de la visualización de la información (visualización de datos y la infografía) en la cobertura de la prensa escrita de la política, a partir del análisis de la *Folha de S.Paulo* en el período de julio de 2011 hasta octubre 2011 y julio 2012 hasta octubre 2012. Buscamos comprender mejor cómo y por qué se usan estos recursos en la construcción del discurso periodístico, describir a sus características y el porqué de tales características.

Partimos de una revisión de la literatura de los campos de la investigación de Comunicación Política, Periodismo, Visualización y Infografía, utilizando conceptos clave como la esfera pública, el periodismo como una forma de conocimiento cristalizado en singular, visualización de información, visualización de datos e infografía a partir de autores como Cairo (2008, 2011), Genro Filho (1987), Habermas (2003), Manovich (2011) e Teixeira (2010, 2013). Para este estudio, se aplica una metodología de investigación híbrida usando estudio de caso y entrevistas con profesionales del periódico analizado (Machado, Palacios, 2007; Yin, 2005).

Observado, largo de la investigación, que la infografía y la visualización de datos (infovis) tienen el potencial de ayudar periodismo para trabajar como esfera pública en estos días. Relacionamos los conceptos de infovis con las características de la esfera pública, cual sea visibilidad y condiciones de argumentación a las cuestiones de interés público, y señalar cómo puede contribuir a la democracia. Proponemos una diferenciación conceptual entre infografía y visualización, y de los análisis y resultados de la investigación, se propone el concepto de "reportaje visual de datos".

Palabras clave: esfera pública, periodismo político, singular, visualización de información, visualización de datos, infografía, reportaje visual de datos

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Reportagem com infovis, 11/07/2011, pg. A4.....	52
Figura 2 – Detalhe do infovis 11/07/2011, pg. A4.....	53
Figura 3 – Reportagem com infovis 24/09/2011, pg. A4.....	56
Figura 4 – Detalhe do infovis 24/09/2011, pg. A4.....	57
Figura 5 – Reportagem com infovis 04/07/2011, pg. A4.....	60
Figura 6 – Detalhe da infovis 04/07/2011, pg. A4.....	61
Figura 7 – Reportagem com infovis 13/08/2012, pg. A9.....	63
Figura 8 – Detalhes da infovis 13/08/2012, pg. A9.....	64
Figura 9 – Classificação de Teixeira e Rinaldi	68
Figura 10 – Reportagem com infovis 05/07/2012, pg. A5.....	73
Figura 11 – Detalhes da infovis 05/07/2012, pg. A5.....	74
Figura 12 – Reportagem com infovis 29/10/2012, pg. 8 Eleições	75
Figura 13 – Detalhe 1 da infovis 29/10/2012, pg. 8 Eleições	76
Figura 14 – Detalhe 2 da infovis 29/10/2012, pg. 8 Eleições	77
Figura 15 – Reportagem com infovis 15/09/2012, pg. A16.....	78
Figura 16 – Detalhe da infovis pg. A16.....	79
Figura 17 – Tipografia elaborada no âmbito do Nupejoc	80
Figura 18 – Reportagem com infovis 08/09/2012, pg. A4.....	83

Figura 19 – Detalhes da infovis 08/09/2012, pg. A4.....	84
Figura 20 – Reportagem com infovis 04/09/2011, pg. A14.....	85
Figura 21 – Detalhe do infovis 04/09/2011, pg. A14.....	86
Figura 22 – Reportagem com infovis 09/07/2012, pg. A14.....	88
Figura 23 – Detalhe da infovis 09/07/2012, pg. A14.....	89
Figura 24 – Infovis 02/07/2012, pg. A8.....	103
Figura 25 – Infovis 23/09/2012, pg. A4.....	104
Figura 26 – Infovis 04/08/2012, pg. A4.....	105
Figura 27 – Reportagem com infovis 17/07/2012, pg. A10.....	110
Figura 28 – Detalhe 1 da infovis 17/07/2012, pg. A10.....	111
Figura 29 – Detalhe 2 da infovis 17/07/2012, pg. A10.....	112
Figura 30 – Reportagem 03/10/2012, pg. 6 Eleições	113
Figura 31 – Detalhe 1 da infovis 03/10/2012, pg. 6 Eleições	114
Figura 32 – Detalhe 2 da Infovis 03/10/2012, pg. 6 Eleições	114
Figura 33 – Reportagem 08/10/2012, pg. 18 Eleições	116
Figura 34 – Infovis 08/10/2012, pg. 19 Eleições	117

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Total de infografias e visualizações publicadas em 2011 e 2012	47
Gráfico 2 – Quantidade de páginas (em %) com infovis publicadas	48
Gráfico 3 – Média do total infografias e visualizações publicadas dividido pela quantidade de páginas da editoria de Poder em 2011 e 2012	49
Gráfico 4 – Classificação do tipo infografia/visualização em 2011	71
Gráfico 5 – Classificação do tipo de infografia/visualização em 2012	71
Gráfico 6 – Classificação do conteúdo jornalístico/complementar em 2011	81
Gráfico 7 – Classificação do conteúdo jornalístico/complementar em 2012	81
Gráfico 8 – Tipos de recurso mais utilizados nas infovis em 2011	101
Gráfico 9 – Tipos de recurso mais utilizados nas infovis em 2012	102
Gráfico 10 – Classificação do tipo de infovis independente/complementar 2011	108
Gráfico 11 – Classificação do tipo de infovis independente/complementar 2012	108

TABELA

Tabela 1 – Classes de representação visual (adaptada de Freitas et al. 2001)	69
---	----

SUMÁRIO

Introdução	25
1.1. Apresentação do objeto	26
1.2. Objetivos	27
1.3. Hipótese	28
1.4. Metodologia	28
1.4.1. Procedimentos metodológicos	29
1.5. Estrutura da dissertação	31
Capítulo 1: Infografia, visualização de dados e esfera pública	33
1.1. Um novo tipo de publicidade	35
1.2. Jornalismo político e esfera pública	40
1.3. Infovis no jornalismo político: primeiros dados	45
1.4. Infovis e democracia	58
Capítulo 2: Diferenciando conceitos: infografia e visualização	65
2.1. Particularidades da infografia e da visualização de dados	66
2.2. Diferenças conceituais observadas na prática: o caso da <i>Folha de S.Paulo</i>	70
2.3. Características das infovis publicadas a <i>Folha de S.Paulo</i>	80
2.4. A relação com a produção e as dificuldades	86
Capítulo 3: Visualização e reportagem visual de dados	95
3.1. Novas tecnologias na redação	96
3.2. Apuração em base de dados e infovis	99
3.3. Recursos utilizados na publicação de infovis	101
3.4. Proposta de conceito: a reportagem visual de dados	106
Considerações finais	119
Referências Bibliográficas	125
Anexos	135

INTRODUÇÃO

Não é por acaso que quando entendemos alguma coisa, respondemos: “Eu vejo” – em inglês “I see”. Quem tenta explicar este fenômeno é Stephen Few, no livro *Information Dashboard Design* (2006). De acordo com o autor, a visão domina nossa “paisagem sensorial”, sendo que aproximadamente 70% dos receptores sensoriais de nossos corpos são dedicados a esse sentido. Iniciamos com essa reflexão porque nosso trabalho trata justamente de alguns tipos de recursos visuais – infografia e visualização de dados, que serão conceituados mais adiante – utilizados no jornalismo impresso, mais especificamente abordando temas de política. Além do valor estético e de atrair os leitores, os recursos gráficos têm uma vantagem cognitiva: metade do cérebro humano é dedicada ao processamento de informação visual. (Gray; Bounegru; Chambers, 2014). Kanno (2013) lembra que no processo de aprendizagem, começamos pelo que é visual, depois aprendemos a falar e por último conseguimos escrever.

Observando esses apontamentos, a proposta desse trabalho é entender como esses recursos visuais podem ser utilizados na cobertura jornalística para tratar de assuntos de política. De acordo com as mais clássicas tradições da prática jornalística e de seu discurso de legitimação, está no escopo do jornalismo político a tarefa de representar a esfera civil e, a partir de um conjunto de técnicas de apuração, trazer para a esfera pública informações do interior do campo político (Gomes, 2004). A esfera pública é formada por indivíduos que discutem, em conjunto, assuntos de interesse geral da população. Ela constituiu uma instância crítica de debate e funciona como forma de controle e legitimação do poder político exercido (Silva, 2002).

Nosso trabalho parte do conceito de esfera pública de Habermas (2003)¹ e de autores que dialogam com o pesquisador alemão. Buscaremos entender como os recursos visuais citados podem contribuir para que o jornalismo possa constituir uma instância de debate da esfera pública nos dias de hoje.

Observamos que, de um modo geral, as produções acadêmicas que dão conta de fazer revisão bibliográfica sobre Comunicação e Política classificam essa área como recente na história da pesquisa em comunicação (Chaia, 2007; França, 2000; Rubim;

¹ Utilizamos uma edição de 2003 do livro *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, de Habermas, mas cabe ressaltar que a obra original data de 1950.

Azevedo, 1998). De acordo com Rubim e Azevedo (1998), as investigações científicas sobre temas relacionados à Comunicação e Política tiveram início no final da década de 1970 e início da década de 1980. Da mesma maneira, a pesquisa sobre infografia e visualização de dados é relativamente recente. De acordo com Yau (2011), apesar de os recursos gráficos serem utilizados há séculos, os estudos sobre o que funciona e o que não funciona bem começaram há poucos anos, então, pode-se dizer que a visualização é um campo relativamente novo.

Quando o assunto é política, os trabalhos que estudam recursos visuais são ainda mais escassos. Por outro lado, observando as edições impressas do jornal *Folha de S.Paulo*, em uma avaliação preliminar, chamou-nos atenção a utilização frequente desses recursos na editoria de política. Dessa forma, observando a lacuna da pesquisa na intersecção da Comunicação e Política com Infografia/Visualização de Dados (infovis) e percebendo, por uma análise preliminar do objeto empírico, o crescente aumento da utilização desses recursos gráficos na editoria de política, entendemos que é importante estudar como tais recursos vêm sendo utilizados no jornalismo impresso.

Para além de entender o uso da infografia e da visualização de dados na cobertura de política, buscaremos conceituar essas duas formas de apresentação gráfica das informações utilizadas pelo jornalismo, para compreendê-las melhor e oferecer uma contribuição acadêmica para os estudos e para os profissionais da área.

1.1. APRESENTAÇÃO DO OBJETO

Nosso objeto de estudo é englobado no campo do jornalismo político, e prioriza infografia e visualização de dados. Um dos conceitos-chave para esse trabalho é o de Genro Filho (1987), que compreende o jornalismo como uma forma de conhecimento cristalizada no singular. Esse entendimento traz a necessidade de se relacionar acontecimentos na construção narrativa de uma notícia ou reportagem jornalística, a partir das categorias singular, particular e universal. Nesse contexto, a infografia e a visualização podem contribuir para que o jornalismo, especialmente na área de política, não se restrinja a declarações de fontes, apresentando dados sobre o assunto em questão.

Para estudar essa intersecção entre jornalismo, infografia e visualização de dados escolhemos como objeto empírico de análise as edições impressas do jornal *Folha de S.Paulo*. O periódico foi criado em 1960, a partir da fusão de três jornais existentes

desde a década de 1920: *Folha da Manhã*, *Folha da Tarde* e *Folha da Noite*. De acordo com informações institucionais do site do Grupo Folha, ele foi pioneiro na impressão offset em cores, usada em larga tiragem pela primeira vez no Brasil, no ano de 1967. Em outubro de 2012 (dado mais atualizado no site do Grupo), a circulação média do jornal, de segunda a domingo, era de 301.299 exemplares.

A cobertura de política do periódico é publicada diariamente na editoria de Poder. Na descrição apresentada pela empresa, o espaço “procura oferecer ao leitor informações pluralistas e apartidárias, para que ele exerça sua cidadania”.

De acordo com estudos do Núcleo de Pesquisas em Jornalismo Científico, Infografia e Visualização de Dados (Nupejoc), ligado ao Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a *Folha* está entre os jornais pioneiros na utilização de infográficos no país (Teixeira; Pascal, Stürmer, 2012). A atenção e valorização de recursos gráficos no jornal são expressas em seus manuais de redação (Romero, 2012). Mais do que isso, o periódico possui um manual exclusivo sobre produção de infografia.

Essas características da *Folha de S.Paulo* foram, então, fundamentais no momento de escolha do objeto empírico.

1.2. OBJETIVOS

O nosso trabalho tem como objetivo geral analisar o uso da visualização de informação (visualização de dados e infografia) na editoria de Poder do jornal *Folha de S. Paulo*, em sua versão impressa, como e por que ela é utilizada, no período de julho de 2011 a outubro de 2011 e de junho de 2012 a outubro de 2012. Optamos por fazer um recorte que incluísse um período eleitoral na análise (ano de 2012), mas também um período anterior. A intenção aqui é permitir que o estudo tenha uma abrangência de temas de campanha, mas, também, de assuntos tratados pela editoria de Política em ano não eleitoral, como dados de orçamento público, investimentos, gastos com folha de pagamento dos governos, entre outros que podem facilmente ser acessados em portais de transparência, por exemplo, e tem potencial para produção de visualização e infografia.

O primeiro objetivo específico é descrever e analisar a utilização de visualização e infografia no jornalismo político impresso brasileiro, tomando como base o jornal

estudado, observando aspectos como a quantidade de vezes que elas são utilizadas e os temas por ela abordados com maior frequência.

O segundo objetivo específico é analisar as principais características das infovis utilizadas e os porquês da adoção de tais características. Entre as particularidades analisadas pontuamos, por exemplo, se o conteúdo das visualizações pode ser considerado jornalístico – a partir do conceito de Genro Filho (1987).

Por fim, o terceiro objetivo específico é produzir material conceitual sobre o tema que possa servir de apoio para profissionais e estudantes, tanto de Jornalismo quanto de Design, acerca da aplicação desses recursos nas editorias de política.

1.3. HIPÓTESE

Tomando por base a revisão da literatura dos temas relacionados a esse trabalho – Infografia, Visualização, Jornalismo e Comunicação e Política –, e uma análise prévia do objeto empírico, nossa hipótese é de que a utilização de infovis permite que a construção da narrativa jornalística não se restrinja ao simples texto declaratório, ajudando a estabelecer relações entre os fatos e possibilitando ao leitor as condições de visibilidade e discussão de assuntos de interesse público.

Tendo em vista as diferenças conceituais entre infografia e visualização, que buscaremos evidenciar ao longo do trabalho, temos também como hipóteses que a utilização de visualização de dados é mais frequente nas coberturas de política que a utilização de infografia e, por último, que a sistematização do uso de visualização e infografia exige do repórter uma apuração mais detalhada, que vai além de relatar exclusivamente as declarações dos agentes políticos envolvidos no tema abordado.

1.4. METODOLOGIA

Essa dissertação adota a metodologia desenvolvida por Machado e Palácios (2007). Sendo assim, a pesquisa foi realizada em três etapas, conforme indicam os autores. A primeira trata-se da revisão bibliográfica relacionada ao tema e da análise preliminar do objeto. O segundo passo é o estudo propriamente dito da publicação escolhida. Para análise das publicações, adotaremos o modelo de estudo de caso. “Os estudos de caso são uma etapa de um processo de combinação de metodologias que

objetiva a máxima amplitude na descrição, explicação e compreensão do objeto” (Machado; Palácios, 2007: 206).

Apesar de estereótipos relacionados ao estudo de caso, ele será adotado devido às principais perguntas da investigação: “como” e “por que” são utilizadas a infografia e a visualização de dados na editoria de Poder da *Folha*. A generalização de resultados a partir de estudos de caso, ao contrário do que usualmente é dito, é possível porque “os estudos de caso (da mesma forma que os experimentos) baseiam-se em generalizações analíticas. Na generalização analítica, o pesquisador está tentando generalizar um conjunto particular de resultados a alguma teoria mais abrangente” (Yin, 2005: 58). Após a análise do objeto empírico, realizamos entrevistas com os profissionais da redação do jornal pesquisado, para procurar entender sua rotina de trabalho na produção de visualização e infografia, assim como dificuldades e critérios adotados na decisão de utilizar tais recursos.

Por fim, a última etapa da metodologia descrita por Machado e Palácios (2007) é a elaboração de categorias de análise, processamento do material coletado e definição conceitual sobre as particularidades do objeto pesquisado. No nosso entender, uma das principais vantagens do método escolhido é de que ele “permite que o pesquisador, por um lado, revise a bibliografia corrente sobre o objeto e, por outro, possibilita que esta produção conceitual seja testada em estudos de caso específicos” (Machado; Palácio, 2007: 201).

1.4.1. Procedimentos metodológicos

A revisão bibliográfica, primeira etapa da metodologia utilizada, foi realizada desde o ingresso no Nupejoc – na graduação, em 2006, quando já estudava infografia e tinha bolsa de iniciação científica – e desde a preparação do projeto para o ingresso no Programa de Pós-Graduação de Jornalismo da UFSC. As pesquisas em busca de referências foram feitas, essencialmente, nos anais de congressos como SBPJor, Intercom e Compós e nos periódicos da área. Partimos da leitura de trabalhos encontrados com temáticas semelhantes a nossa (a saber, Comunicação e Política, Visualização de Dados e Infografia), observando atentamente as referências utilizadas por estes autores para conferir quais literaturas poderiam ser utilizadas em nosso trabalho. Além disso, buscamos clássicos de Comunicação e Política e das áreas de

visualização e infografia, e autores renomados sobre os três temas. Nos estudos de Comunicação e Política, Jornalismo e Jornalismo Político, trabalhamos especialmente com os autores Alsina (2009), Barbosa, M. (2008), Crunivel (2006), Genro Filho (1987), Groth (2011), Gomes (2004, 2008, 2009), Habermas (2003), Machado (1992), Martins (2008), McCombs (2009), Miguel (2002), Ribeiro (2004), Silva (2002), Schudson (1995, 2010), Sodré (1999), Souza (2006), Thompson (1996, 2012) e Wolton (1995, 2004).

No que diz respeito à visualização de dados e a infografia, os autores mais referenciados serão: Cairo (2008, 2011), De Pablos (1999), Few (2004, 2006), Freitas et. al (2001), Gray; Bounegru e Chambers (2014), Homes (1991), Manovich (2011), Moreira Júnior (2010), Nascimento e Ferreira (2005), Ribas (2005), Sancho (2001), Stovall (1997), Teixeira (2010, 2013), Tufte (2001), Wurman (2005) e Yau (2011).

Na segunda etapa da pesquisa, a análise do objeto empírico, utilizamos um protocolo de estudo de caso. De acordo com Yin (2005: 82), “o protocolo é uma maneira especialmente eficaz de lidar com o problema de aumentar a confiabilidade dos estudos de caso”. O autor destaca que, durante a coleta de dados, o pesquisador não deve meramente registrar os dados de forma mecânica, mas precisa ser capaz de interpretar as informações à medida que são coletadas e, se necessário, revisar rapidamente as evidências e as perguntas do problema pesquisado, estando atento a informações que podem se tornar relevantes ao longo da pesquisa e que, de imediato, não eram previsíveis.

O protocolo de estudo de caso contém uma planilha indicando quais dados serão coletados. Dessa forma, em nossa pesquisa, conforme os conceitos utilizados (visualização de dados e infografia), a primeira questão observada e anotada na planilha foi, exatamente, qual recurso gráfico foi utilizado pelo jornal: infografia ou visualização. O próximo dado observado e informado na planilha considera se a infografia/visualização é “jornalística” ou “enciclopédica” (Teixeira, 2010). Essas categorias fazem parte de uma tipologia elaborada no âmbito do Núcleo de Pesquisas em Jornalismo Científico, Infografia e Visualização de Dados (Nupejoc) e, no segundo capítulo, que trata dessa classificação, explicaremos em detalhes a diferença entre uma e outra. Como terceiro ponto, classificamos as infovis publicadas como “independente” ou “complementar” – categorias que também fazem parte da tipologia de Teixeira (2010), descritas em detalhes no capítulo 3.

O protocolo do trabalho incluiu, ainda, campos para anotar o assunto da infovia publicada, os recursos utilizados (gráfico de pizza, barras, ilustração, fotografia, etc.) e a fonte de informação da infografia ou visualização. O protocolo está nos anexos da dissertação.

No segundo momento da análise, realizamos as entrevistas focadas (Yin, 2005: 117), em que “o respondente é entrevistado por um curto período de tempo – uma hora, por exemplo”. De acordo com a metodologia descrita por Yin, a conversa deve ter um caráter informal para que a entrevista seja espontânea, mas a sequência de perguntas é pré-organizada, geralmente tendo origem no protocolo do estudo de caso. A seleção dos entrevistados foi feita com base na relação direta dos profissionais com o objeto estudado. Dessa forma, entrevistamos 1) o editor de Poder do jornal estudado e 2) o editor-adjunto de arte, um dos responsáveis do jornal pela produção gráfica de infografias e visualizações. A íntegra das entrevistas também está nos anexos.

Por último, procedemos à etapa da pesquisa descrita por Machado e Palácios (2007) que diz respeito ao processamento do material coletado, categorização dos dados e produção de material conceitual sobre o tema trata-se da própria elaboração dessa dissertação.

1.5. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Nosso trabalho está dividido em três capítulos. O primeiro deles aborda a relação entre infografia e visualização de dados e o conceito de esfera pública. Tomando como base uma série de autores que trabalham com a temática da esfera pública, que tem como principais características dar visibilidade/publicidade² e condições de argumentação aos assuntos de interesse público, buscamos mostrar como a publicidade dos temas ganha novas formas com os meios de comunicação. Se antes para que o público tivesse conhecimento do que acontecia era necessário estar presente fisicamente no local do acontecimento, com os *mass media* isso muda. Nesse contexto, a infografia e visualização de dados podem dar visibilidade e publicidade a assuntos de interesse público, inclusive alguns que dificilmente seriam de conhecimento das pessoas não

² Neste trabalho, assim como é utilizado originalmente por Habermas e Groth, utilizaremos a palavra publicidade no sentido de “tornar público” determinado assunto, não no sentido de “propaganda”.

fosse pela cobertura do jornalismo político. Ainda no primeiro capítulo, observamos como isso pode ajudar a fomentar o debate entre os leitores, permitindo condições de argumentação e contribuindo para a própria democracia. Apresentamos os primeiros dados da análise do objeto empírico: a quantidade total de infovis publicada no período de recorte da pesquisa, a quantidade de páginas com infovis publicadas e a média diária de infovis por página.

No segundo capítulo, fazemos uma diferenciação entre infografia e visualização de dados. Buscamos evidenciar as principais diferenças entre os dois conceitos, classificando-os dentro de visualização da informação. Observamos como a infografia trata-se de uma maneira de contar uma história que utiliza, necessariamente, texto e imagens de forma indissociável. Por sua vez a visualização de dados expõe, a partir de uma grande quantidade de dados numéricos, padrões e estruturas. Nesse capítulo, apresentamos quantas publicações foram classificadas como infografia no período analisado e quantas foram classificadas como visualização de dados. Ainda nessa parte do trabalho, descrevemos as características das infovis analisadas, com base em uma tipologia proposta pelo Nupejoc, diferenciando a infovis “jornalística” e “enciclopédica”, e observamos aspectos da produção do jornal, com base nas entrevistas dos profissionais da redação.

No terceiro e último capítulo fazemos uma proposta conceitual do que chamamos de “reportagem visual de dados”, como subdivisão do que classificamos como visualização de dados. Percebemos durante a análise do objeto empírico que o jornal publicou diversas reportagens em que a grande quantidade de dados numéricos e a forma de apresentação da informação feita com visualização de dados predominavam sob a narrativa convencional de texto. Essas reportagens estão intimamente ligadas à apuração em base de dados. Apresentamos neste capítulo os dados de quantas infovis podem ser classificadas como “reportagem visual de dados”. Embora sejam a minoria, elas podem apontar para uma tendência no uso de visualização de dados. Para tornar mais clara nossa proposta, trazemos alguns exemplos desse formato utilizado pelo jornal *Folha de S.Paulo*.

CAPÍTULO 1

INFOGRAFIA, VISUALIZAÇÃO DE DADOS E ESFERA PÚBLICA

Neste primeiro capítulo, discutiremos como a visualização da informação (infovis³) traz à tona assuntos que, de outra forma, dificilmente seriam conhecidos pelo público. Começaremos por uma revisão em torno da expressão “esfera pública”, para depois relacionar as características desta com a utilização de recursos gráficos no jornalismo político.

O conceito de esfera pública está relacionado a temas de interesse público e tem como propósito dar a tais assuntos visibilidade, além de condições de discussão e argumentação a tais temas. Por questões de interesse público, entende-se “fazer garantir que o que interessa à esfera civil, ao público, possa ter influência na produção da decisão política” (Gomes, 2009: 79). O conceito foi sistematizado com rigor no clássico *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, do pesquisador alemão Jürgen Habermas.

No princípio, a esfera pública formava em cafés e salões burgueses e nela se desenvolvia uma consciência política contra a monarquia. Ela se auto-afirmava como única fonte legítima das leis (Habermas, 2003; Silva, 2002). “Do ponto de vista das formações sociais, historicamente, a esfera pública moderna constituiu-se como uma espécie de mecanismo de defesa” (Gomes, 2008: 37). Isso porque seu nascimento está relacionado à intenção da classe burguesa, emergente no cenário econômico daquela época, de ter influência nas decisões políticas da aristocracia.

Entre o domínio da autoridade pública ou o Estado, de um lado, e o domínio privado da sociedade civil e das relações pessoais, do outro, surgiu uma nova esfera de “público”: a esfera pública burguesa que consistia de indivíduos que se reuniam privadamente para debater entre si as normas da sociedade civil e da condução do Estado. Esta nova esfera pública não fazia parte do Estado, mas, pelo contrário, era uma esfera em que as atividades do Estado poderiam ser confrontadas e sujeitas à crítica. (Thompson, 2012: 104)

Com o passar do tempo, os burgueses dos antigos cafés e salões passam a manter-se reunidos pela mediação da imprensa (Habermas, 2003) e a esta é atribuído

³ Neste primeiro capítulo, trataremos todos os recursos gráficos analisados durante o trabalho pelo termo infovis – aqui incluídos infografia e visualização de dados. No segundo capítulo faremos a diferenciação entre os conceitos de infografia, visualização de dados e visualização da informação.

importante papel na emergência da esfera pública e na formação de uma consciência política (Silva, 2002; Thompson, 2012). Ela não se trata de um lugar ou uma instituição social como a própria imprensa, embora esta possa funcionar como tal (Gomes, 2008; Silva, 2002).

Habermas identifica três fases da imprensa: 1) a primeira seria de maximização do lucro e divulgação acrítica de notícias; 2) a segunda seria a imprensa de opinião, em que os jornais constituíam “caixas de ressonância” de posições políticas e sem eles a esfera pública estaria desprovida de uma forma eficaz de comunicação; 3) na terceira, a imprensa passa a fazer parte de um mundo de instituições organizadas com interesses comerciais e deixa de exercer as funções que deveria, segundo a visão de Habermas (Silva, 2002). Nesse momento, o autor considera que, em comparação com a imprensa da era liberal (segunda fase), os meios de comunicação de massa, à medida que aumentam a visibilidade dos temas de interesse público, diminuem as condições de discussão e argumentação a respeito deles. Para o autor, com os meios de comunicação de massa, os jornais se tornam produtos de consumo e manipulação da opinião pública. Habermas considera que os *mass media* incentivam o consumo passivo, em vez de promoverem o debate. Ele entende que o raciocínio crítico é deixado de lado e a esfera pública perde o seu caráter político ao ser integrada no ciclo de produção e consumo (Silva, 2002). “O que antes era um fórum exemplar de debate crítico-racional torna-se apenas mais um domínio de consumo cultural, e a esfera pública burguesa esvazia-se num mundo fictício de imagens e opiniões” (Thompson, 2012: 109).

O conceito de Habermas vem sendo amplamente utilizado e referenciado por pesquisadores nos estudos de Comunicação e Política, mas não sem um olhar crítico. Entre esses estudiosos estão Fraser (1996), Gomes (2004, 2008), Machado (1992), Silva (2002), Schudson (1995), Thompson (1996, 2012) e Wolton (1995). Nesse capítulo, vamos discutir três pontos: 1) as críticas ao excesso de passividade atribuído por Habermas ao público dos *mass media*; 2) a nova forma de visibilidade da esfera pública, que surge com os meios de comunicação de massa – esse é um dos pontos de interseção com a infovis; e 3) a característica da esfera pública de dar condições de discussão aos assuntos, também exemplificando a partir da infovis.

1.1. UM NOVO TIPO DE PUBLICIDADE

O primeiro aspecto a ser levantado com relação aos meios de comunicação de massa, alerta o americano Thompson (1996, 2012), é a impressão de que os destinatários dos produtos sejam um conjunto de indivíduos passivos e indiferenciados.

Em termos históricos, os pontos mais fracos da explicação de Habermas são provavelmente não os argumentos que dizem respeito à emergência da esfera pública burguesa, mas aqueles apontados para seu suposto declínio. (Thompson, 2012: 108)

O autor pondera inicialmente que os sentidos atribuídos às mensagens dos *mass media* são influenciados pela formação e condição social das pessoas e, dessa forma, uma mesma mensagem pode ser entendida de várias maneiras em diferentes contextos. “Enquanto a produção ‘fixa’ o conteúdo simbólico em substratos materiais, a recepção o ‘desprende’ e o liberta para os estragos do tempo” (Thompson, 2012: 66).

Nesse mesmo sentido, entendendo a notícia como um processo de construção social composta por três fases indissociáveis – produção, circulação e consumo (Alsina, 2009) –, é impossível desvincular a compreensão da mensagem do próprio destinatário. Em outras palavras, a interpretação do significado do que é transmitido pela imprensa não é um fenômeno estático, mas, ao contrário, exige uma contribuição ativa do intérprete. Thompson (2012) ressalta que o que importa na comunicação de massa não é exatamente a quantidade de pessoas que terão acesso aos produtos da imprensa, mas, sim, o fato de os *mass media* se reportarem a uma pluralidade de destinatários. Essa característica de levar o conteúdo a um público diversificado faz com que os produtos tenham um caráter público, no sentido de que estão “abertos” ou “disponíveis ao público”. Assim sendo, fica enfraquecido o argumento de Habermas de que a recepção das mensagens transmitidas pelos meios de comunicação de massa é ausente de senso crítico, que o fez concluir que a imprensa, depois do advento dos *mass media*, deixara de exercer um papel na constituição da esfera pública.

Está claro que este argumento exagera na passividade dos indivíduos e considera o processo de recepção demasiado estático. Um enfoque mais contextualizado e de sensibilidade hermenêutica mostraria que o processo de recepção é uma atividade muito mais

complicada e criativa do que supuseram os teóricos da Escola de Frankfurt.⁴ (Thompson, 1996)

Machado (1992: 12) também faz uma crítica a Habermas, sobre o argumento do pesquisador alemão de que os produtos dos meios de comunicação de massa ter-se-iam rendido unicamente a interesses econômicos, dizendo que “a falta de compreensão de que o jornalismo nascera para atender necessidades sociais de conhecimento de mundo reduz a expansão da imprensa a partir de imperativos estritamente econômicos para disseminar o ideário da classe burguesa em ascensão”. Machado parte de um referencial teórico – que também é utilizado nesse trabalho – do pesquisador Adelmo Genro Filho (1987), que conceitua o jornalismo como uma forma de conhecimento cristalizada no singular. Debruçado sobre a questão do discurso jornalístico, Machado (1992) demonstra que, como forma de conhecimento cristalizada no singular, o jornalismo deve estabelecer relações entre os fatos, justapor dados contraditórios e efetuar argumentações e questionamentos no diálogo com a realidade. Logo, a essência do jornalismo e sua função social estão intimamente ligadas à prática social da esfera pública de fomentar um debate crítico.

Gomes (2008) analisa o papel da imprensa na formação da esfera pública e faz uma divisão de dois fenômenos. O primeiro, a que chamou de “esfera de visibilidade pública”, responde a demandas de sociabilidade e de comunicação, e se refere à divulgação dos conteúdos de interesse público. O segundo, conceitua como “esfera de discussão pública”. Para o autor, ao diagnosticar a decadência da esfera pública por conta da redução do debate em detrimento da visibilidade alcançada pelos meios de comunicação, Habermas não percebeu que a “esfera de visibilidade pública, sempre incluiu representações, atos cerimoniais, entretenimento, propaganda, entre outros, e até mesmo debates – mas jamais exclusivamente debates” (Gomes, 2008: 137). Para Gomes, é falso acreditar que a imprensa seja integralmente argumentativa, mas é perfeitamente aceitável defender que ela possa ser experimentada como esfera pública. Segundo ele, o debate público da imprensa na sociedade da era liberal não significava, necessariamente, que cada jornal funcionasse como esfera pública – ao contrário, nos

⁴ Versão original em espanhol: Está claro que esta clase de argumento exagera la pasividad de los individuos y da el proceso de recepción demasiado por sentado; un enfoque más contextualizado y de sensibilidad hermenéutica mostraría que el proceso de recepción es una actividad mucho más complicada y creativa de lo que supusieron los teóricos de la Escuela de Frankfurt.

dias de hoje é provável que os periódicos sejam mais plurais em seu espaço interno –, mas a discussão se dava por meio das distintas vozes publicadas em diferentes jornais.

Nesse mesmo sentido, Thompson (2012) avalia que Habermas conceituou a esfera pública em relação às conversações face a face estimuladas pela imprensa, em vez de considerar o papel desempenhado pela própria imprensa na formação da esfera pública. Thompson faz uma diferenciação entre o caráter dialógico atribuído por Habermas à esfera pública quando a conceitua pela primeira vez e a mudança dessa característica depois do surgimento dos meios de comunicação de massa, que discutiremos com mais detalhes em seguida.

O próprio Habermas, ao revisitar sua obra anos mais tarde, faz considerações em alguns pontos, entre eles, está a questão da passividade dos receptores. Silva (2002) aponta que o “Habermas da maturidade” admite ter sido demasiado pessimista a respeito do poder de resistência e do potencial crítico do público. Além disso, ele reformula o conceito, passando de uma concepção unitária de esfera pública para uma concepção multiforme, em que há uma rede de diferentes esferas públicas, em que ocorrem processos discursivos de formação de opinião e difusão de conhecimento e informação. Nesse contexto, o papel dos meios de comunicação é novamente ressaltado. “Numa frase, Habermas, em 1985, atribui aos meios de comunicação social modernos a função de publicitarem os conteúdos discutidos nas esferas públicas” (Silva, 2002: 138)

A publicidade dos assuntos de interesse público é uma das características apontadas por Groth (2011) como componentes da essência dos jornais. A publicidade, segundo o autor, é a propriedade que torna os conteúdos do jornal acessíveis: “A publicidade do jornal como sua característica essencial é, portanto, a acessibilidade a cada um e com isso a notoriedade de tudo aquilo que o jornal traz, de tal forma que cada um possa tomar conhecimento, que ninguém esteja excluído da recepção do conteúdo” (2011: 263). Quanto maior o alcance de um veículo, quanto mais pessoas tiverem acesso a ele, maior a publicidade dos assuntos abordados. Ressaltando esse aspecto, Groth afirma que um jornal jamais poderá ser feito para apreciação de uma única pessoa, mas sempre para uma quantidade indeterminada de público como destinatário final. A publicidade é a “ligação externa” do jornal com o público. “Em aliança com o público, a sua publicidade permite à esfera pública participar do ser e acontecer na economia, nos Estados, na Igreja, na ciência e na arte, em tudo que interessa à esfera pública, em tudo o que toca o interesse público” (Groth, 2011: 319). Sobre essa questão,

Gentili (1993: 54) afirma que “a produção de visibilidade do poder, ou a publicização do governo, é a razão de ser da imprensa”.

Considerando então que a publicidade da imprensa – entendida como forma de dar visibilidade aos assuntos – é uma das características que faz com que o jornalismo possa funcionar como esfera pública na atualidade, passamos a discutir como essa publicidade/visibilidade pode ser favorecida nos dias de hoje pela visualização da informação. Iniciamos tomando por base a reflexão feita por Thompson (2012), que aponta que o caráter público e a visibilidade de um acontecimento, antes do surgimento dos meios de comunicação, estavam diretamente ligados à presença física das pessoas ao lugar do evento. Ou seja, um evento se tornava público quando representado diante de uma pluralidade de indivíduos fisicamente presentes à sua ocorrência. Durante boa parte da história da sociedade, as interações eram feitas face a face, as tradições eram repassadas oralmente de geração para geração e tinham um alcance geográfico relativamente restrito por isto. “Descreverei isto como ‘publicidade tradicional de copresença’. (...) Como a publicidade de copresença traz como consequência a reunião de indivíduos num mesmo lugar, ela tem essencialmente um caráter dialógico” (Thompson, 2012: 167).

Segundo o pesquisador americano, a partir dos *mass media*, a publicidade da esfera pública passa por algumas modificações. Com o desenvolvimento da imprensa e a consequente divulgação dos acontecimentos por meio dos jornais, a visibilidade dos eventos deixa de ser ligada necessariamente à presença física dos indivíduos em um lugar comum ao local do ocorrido e as pessoas têm a possibilidade de interagir umas com as outras ainda que não partilhem do mesmo ambiente espaço-temporal.

O desenvolvimento dos meios de comunicação, portanto, produziu uma nova forma de visibilidade – ou, para ser mais preciso, novas formas de visibilidade – cujas propriedades específicas variam de um meio para outro. Nessas novas formas de visibilidade mediada, o campo de visão já não está mais restrito pelas propriedades espaciais e temporais do aqui e agora e sim moldado, em vez disso, pelas propriedades características dos meios de comunicação, por uma série de considerações sociais e técnicas tais como os ângulos da câmera, processos de edição, interesses e prioridades organizacionais e pelos novos tipos de interação que esses meios possibilitam. (Thompson, 2012: 13)

Assim, segundo Thompson, a ligação entre publicidade (o caráter público de um evento) e visibilidade (o acesso das pessoas a ele) passa a ser projetada através do

prisma da imprensa. Thompson (2012) fala em “quase-interação mediada”, referindo-se às relações sociais estabelecidas pelos meios de comunicação de massa (livros, jornais, rádio, televisão, etc.). A principal característica dela é a disponibilização de vasta quantidade de informação e conteúdo simbólico. Em relação aos outros tipos de interação (face a face ou interação medida de outras formas como por telefone ou carta), a “quase-interação mediada” possui dois aspectos-chave: 1) as formas simbólicas são produzidas para um número indefinido de receptores potenciais (diferente do contato face a face e dos meios como telefone e carta, que são para um público definido); e 2) possui um fluxo de comunicação que é predominantemente de sentido único, é monológica (diferente também dos outros dois tipos de interação que são dialógicos)⁵.

Para Thompson (1996, 2012), a percepção de que a concepção de publicidade a partir dos novos meios de comunicação não é dialógica é fundamental para entendermos o fenômeno da mídia como esfera pública hoje, para que não permaneçamos ligados à ideia inicial formulada por Habermas (e por ele mesmo revista tempos depois), que interpreta o papel da comunicação mediada como “um histórico pecado original”. “O fenômeno da publicidade se separou da ideia de conversação dialógica em espaços compartilhados, e ligou-se de forma cada vez mais crescente ao tipo de visibilidade produzida e alcançada pela mídia” (Thompson, 2012: 174), e com isso, de acordo com o pesquisador americano, essa nova forma de “publicidade mediada” vem assumindo um importante papel no mundo moderno e alterando as condições sob as quais o poder político é exercido na sociedade. Antes do desenvolvimento dos meios de comunicação, por exemplo, a visibilidade dos governantes dependia em grande parte de seu aparecimento físico diante do público, em contextos de copresença. Na grande parte dos casos, esses aparecimentos poderiam se restringir a círculos relativamente fechados. Com o surgimento da imprensa, os agentes políticos cada vez mais têm visibilidade sem necessariamente estar fisicamente diante de públicos reunidos. A intenção da classe

⁵ Com a internet e, especialmente depois do surgimento das redes sociais, a definição de “quase-interação mediada” também pode ser questionada, tendo em vista que a rede permite aos usuários interação com outros internautas e com os próprios veículos de comunicação, em muitos casos, inclusive, resultando em conteúdos colaborativos. Porém, como nossa análise se restringiu à publicação de infovis no jornal impresso, que possui poucas formas de interação com os leitores e, nesse caso específico, não permite a interferência ou colaboração no produto final, utilizaremos nesse trabalho o objeto de quase-interação mediada, sem problematizá-lo com as novas tecnológicas, já que este não é o foco da dissertação.

política é aproveitar este espaço e obter exposição midiática favorável (Gomes, 2004), mas para que a função do jornalismo seja exercida corretamente, nem sempre é isso que ocorre:

A arena mediada pela política moderna é aberta e acessível de uma maneira que as assembleias e cortes tradicionais não eram e os líderes políticos estão mais expostos do que nunca aos riscos de suas ações e pronunciamentos serem transmitidos de uma maneira que contradiga as imagens que desejam projetar. Com isso, a visibilidade criada pela mídia passa a ser a origem de um tipo novo e peculiar de fragilidade. Por mais que os líderes políticos possam tentar administrar sua visibilidade, nunca podem controlá-la completamente. (Thompson, 2012: 15)

Cabendo ao jornalismo trazer para a esfera pública justamente as informações do interior do campo político e justapor dados dando publicidade e visibilidade a assuntos de interesse público, como dito anteriormente (Gomes, 2004; Machado 1992; Thompson, 2012), veremos então como a infovis se insere nesse contexto. Antes, porém, faremos uma reflexão sobre as relações entre jornalismo e política nos dias atuais.

1.2. JORNALISMO POLÍTICO E ESFERA PÚBLICA

Partindo da reflexão de que a imprensa mantém hoje seu papel potencial de funcionar como espaço da esfera pública e traz um novo tipo de visibilidade dos temas de interesse público, buscamos agora entender, então, como se dá a relação entre jornalismo e política na atualidade.

De acordo com Gomes (2004), é com a institucionalização de um campo social jornalístico – entendido a partir do conceito de campo do francês Pierre Bourdieu – que o jornalismo passa a ser reconhecido socialmente como um sistema de valores e que passa a se relacionar com o campo da política de maneira diferente da era da imprensa opinativa e partidária. Essa institucionalização começa quando a indústria da informação se dá conta de que pode se transformar num negócio financiado por consumidores de informação e anunciantes, não mais por corporações e partidos políticos. Desse momento em diante, aparece uma imprensa empresarial disposta a oferecer a seu público as informações que desejasse.

O pesquisador americano Michael Schudson (2010) faz um aprofundado estudo sobre essa mudança de característica de uma imprensa opinativa e partidária para uma imprensa informativa. Nos Estados Unidos, de acordo com ele, foi nos anos de 1830 que se realizou uma revolução no jornalismo que levou “ao triunfo das ‘notícias’ sobre o editorial e dos ‘fatos’ sobre a opinião”. O motivo principal dessa nova característica da imprensa seria justamente o surgimento de uma classe média urbana.

No Brasil, a história oficial da imprensa tem início em 1808, com a vinda da família real portuguesa para o país. Os dois primeiros jornais a circularem foram o *Correio Braziliense*, de Hipólito da Costa, que era impresso na Europa, e meses mais tarde, *A Gazeta do Rio de Janeiro*, esta impressa no Brasil (Barbosa, M. 2008; Seabra, 2002; Sodré, 1999). Antes da vinda da família real, as atividades tipográficas e de impressão no país eram proibidas, o que não significa que impressões clandestinas não circulassem pelo território brasileiro, mas Barbosa M. (2008) ressalta que só existe imprensa quando a atividade se torna periódica e de acesso ao público.

Nesse momento da história da imprensa brasileira, o *Correio Braziliense* era considerado um jornal mais alinhado com a oposição e a *Gazeta* representava o jornal de Dom João, situação da época. Já nas publicações do *Correio*, Ribeiro (2004), que estudou a institucionalização do jornalismo no Brasil, identificou “princípios de formação da esfera pública”:

O estudo deste periódico permite constatar que ele difundiu muitos dos princípios de formação da esfera pública política brasileira, de inspiração iluminista e liberal. Surpreendem também os elementos estruturais da publicação, que antecipam em seis a sete décadas um padrão de jornalismo, por um lado, com ambições financeiras e empresariais e, por outro, com o desenvolvimento de gêneros não apenas opinativos, mas também informativos, publicitários e uma diversidade considerável de práticas editoriais não apenas no campo político, como também no cultural (artístico, científico e filosófico) (Ribeiro, 2004: 104).

É a partir da década de 1860, de acordo com Ribeiro (2004), que os jornais começam a despontar com intenções discursivas desvinculadas de um explícito compromisso partidário e deixam de estar atrelados financeiramente a partidos, passando a receber por assinaturas, vendas avulsas e de espaço publicitário. O final do século XIX no Brasil marca a transição do negócio “imprensa”, passando das pequenas para as grandes empresas jornalísticas (Seabra, 2002; Sodré, 1999). “Se é assim afetado

o plano da produção, o da circulação também o é, alterando-se as redações do jornal com o anunciante, com a política e com os leitores” (Sodré, 1999: 275).

A consolidação do modelo de grande empresa na imprensa se dá a partir do fim da primeira Guerra Mundial e, no século XX, as atividades jornalísticas passam a ter menos influência dos governos – apesar disso, não é possível afirmar que tenham carácter apolítico. De qualquer forma, com a desvinculação partidária, o jornalismo passa a garantir para a esfera civil “um fluxo alternativo de comunicação política, fora do controle dos interesses do campo político, portanto, aparentemente mais confiável” (Gomes, 2009: 78). Esse fluxo de informações ganha importância na sociedade de massas por permitir que os cidadãos tenham melhores condições de tomar decisões como o voto, um dos principais direitos numa sociedade democrática (Gentili, 1993; Wolton, 2004).

Nesse cenário, com a imprensa passando por transformações, nos estudos de Comunicação e Política começa a chamar à atenção a possibilidade de influência da imprensa na opinião das pessoas, a chamada *agenda-setting* (McCombs, 2009). As pesquisas a esse respeito se constituem na avaliação da agenda da mídia (temas abordados pela imprensa) em comparação com a agenda do público, para confrontar em que medida os assuntos trazidos pelos meios de comunicação são incluídos na pauta de discussão das pessoas.

A teoria da agenda começou a ser estudada na segunda metade da década de 1960, nos Estados Unidos. Desde então, uma série de pesquisas empíricas foi realizada em diversos países e continentes diferentes. “Quanto maior for a necessidade de orientação que as pessoas têm no âmbito dos assuntos públicos, maior é a probabilidade delas atentarem para a agenda da mídia” (McCombs, 2009: 94). Boa parte dos estudos da teoria da agenda é focada em eleições. O início das pesquisas, inclusive, na Carolina do Norte (EUA), buscava comprovar se os *mass media* estabeleciam uma agenda de temas para a campanha política.

McCombs (2009) lembra que, para a maioria das questões da agenda pública, os cidadãos se informam pelo que é divulgado pela imprensa e isso transfere aos jornalistas uma responsabilidade ética muito grande, especialmente na seleção dos assuntos. Essa incumbência dos profissionais da imprensa de recompilar acontecimentos e dar-lhes sentido está inserida no contexto de um contrato pragmático fiduciário (Alsina, 2009). Por esse contrato, acreditamos que o que é veiculado pelos jornalistas é verdadeiro e

para a construção da notícia os profissionais lançam mão de técnicas e estratégias para construir o discurso, como a apresentação de dados sobre o tema e a utilização de fontes. Mas na relação entre jornalista e agentes políticos como fonte e, posteriormente, no tratamento que o repórter dará às informações obtidas para a construção do discurso jornalístico, faz-se necessário cuidado para que a função do jornalismo político como um dos representantes da esfera civil na contemporaneidade não se perca.

Em primeiro lugar, é importante destacar que a intenção dos agentes políticos ao tratar com a mídia é sempre obter exposição favorável para si e negativa para seus adversários (Gomes, 2004; Martins, 2008). Martins pondera que entre os mais variados motivos para que uma pessoa resolva passar informação a um jornalista e tornar-se sua fonte, de uma forma ou de outra, sempre haverá algum tipo de interesse, pessoal ou público, individual ou coletivo. “O mais comum é o sujeito dar a informação porque acredita que a divulgação irá beneficiá-lo. Com muita frequência acontece também o contrário: ele quer prejudicar um desafeto” (Martins, 2008: 55).

Tendo em vista tal consideração, o jornalista precisa tomar muito cuidado para não ser “usado” pela fonte. Como observa Miguel (2002), algumas fontes na cobertura política aproveitam a divulgação de notícias para fazer testes: “Em certos casos, a informação toma a forma de um balão de ensaio, permitindo avaliar o impacto de determinada decisão antes que ela seja de fato tomada” (Miguel, 2002: 176). Esse risco é especialmente ampliado quando o repórter se deixa conduzir pelo jornalismo declaratório – aqui entendido como construção de um discurso jornalístico baseado exclusivamente em declarações de políticos (Machado, 1992). Para citar um exemplo, trazemos um relato da jornalista e doutoranda em Ciências Sociais Fhoutine Marie Reis Souto, integrante do Núcleo de Estudos de Arte, Mídia e Política, sobre sua experiência de cobertura política nas eleições presidenciais de 2010, em um trabalho apresentado no IV Encontro da Compolítica, em 2011. Souto narra como, algumas vezes, as dificuldades do dia a dia da prática da atividade jornalística acabam levando a reportagens meramente declaratórias:

É importante frisar que o jornalismo vive do novo. Portanto, na ausência de um novo fato na campanha, os profissionais acabam recorrendo ao único expediente que lhes resta: fazer o jornalismo declaratório. Nem sempre numa visita de presidenciável a uma escola de periferia há algo que os editores considerem digno de

nota e as matérias acabam se concentrando no que o candidato (e não raro, suas equipes) disse sobre determinado aspecto da política nacional ou sobre a atuação de seus adversários. Isso se repetiu em diversos momentos da campanha. (Souto, 2011: 3)

O problema nesses casos é que, quando se rende ao simples texto declaratório, o jornalista acaba deixando de lado informações importantes para situar o leitor/ouvinte/telespectador/internauta de que posição de fala está a fonte, a quem se destina verdadeiramente sua mensagem e o que ela significa em relação aos outros acontecimentos do cenário político. Como nos diz Souza (2006: 196), “a precisão e a correção no texto do jornalismo político, assim como nas demais áreas, exige que os jornalistas não sejam meros reprodutores de frases”.

Machado (1992) alerta que, ao simplesmente reproduzir frases de personalidades sem investigar as implicações do conteúdo da declaração, sem uma checagem dos dados obtidos, estabelecendo as devidas relações entre os fatos e justapondo o contraditório, o jornalismo abre mão de ser uma forma de conhecimento cristalizada no singular que, na nossa avaliação, é o que permite à prática jornalística funcionar como esfera pública de visibilidade e debate nos dias de hoje. O autor demonstra que o jornalismo declaratório “dispensa qualquer sistematização conceitual do mundo em favor de meia dúzia de regras mecânicas consubstanciais no mais vulgar empirismo” (Machado, 1992: 112) e “responde pela produção de verdadeiras pérolas de empirismo acrítico como ‘Collor garante queda da inflação’, estampada numa manchete” (1992: 109). No exemplo, Machado lembra como uma simples promessa do presidente não é suficiente para garantir que os rumos que seguirão a economia somente pela vontade do chefe de Estado. Nesse caso, diz o pesquisador, seria necessária uma investigação mais apurada sobre as tendências de arrecadação do governo federal e de produção industrial do país, para citar apenas dois fatores que podem interferir na queda da inflação e que não estão no controle direto do presidente para que ele possa fazer tal afirmação. A reportagem poderia contrapor a fala de Collor, por exemplo, ouvindo institutos econômicos que pudessem dar um panorama da situação do país. Como lembra Souza (2006: 196), “quanto maior o número de fontes ouvidas na apuração, maiores as possibilidades de uma informação de melhor qualidade”.

Para citarmos dois exemplos recentes desse tipo de construção baseada em declarações, observamos duas notícias no site do jornal *Folha de S.Paulo*. A primeira delas, em 18 de setembro de 2012, tem como título ***“Dilma faz maldade com Minas”***,

diz Aécio. A notícia foca na declaração do senador Aécio Neves (PSDB), que estava em um evento de seu partido no Estado de Minas Gerais, em plena campanha eleitoral para prefeito, e a frase é tomada como “verdade”. O texto contextualiza que a presidente Dilma Rousseff (PT) é a principal apoiadora do candidato opositor ao candidato de Aécio para a prefeitura de Belo Horizonte. De qualquer maneira, a notícia é toda construída com base no declaratório e o destaque é a fala, não o acontecimento em si. O segundo exemplo, é de uma notícia publicada dia 1 de junho de 2014, com o título de *Confiança voltará depois das eleições, diz Dilma à indústria*. Nesse caso, assim como no exemplo de Collor da década de 1990, a afirmação da presidente não é suficiente para garantir que o crescimento econômico do país e a confiança dos investidores internacionais voltem depois do pleito de outubro.

Para fugir do jornalismo declaratório é preciso entender e não se curvar os interesses existentes por trás dos discursos dos agentes políticos (Martins, 2008) e, para isso, é importante conhecer as regras básicas das instituições ligadas à política como poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, para, dessa maneira, ter condições de explicar o jogo político aos leitores/ouvintes/telespectadores/internautas (Souza, 2006).

Essa compreensão sobre como funciona o jogo político é um dos fatores que permite ao jornalista ir além do declaratório e é fundamental para que o repórter possa construir o discurso jornalístico. Na cobertura de política, isto é especialmente necessário, assim como defende Lage (2001: 106), “a política é, portanto, um discurso que se reporta à realidade de maneira particular. Nela, mais do que um evento singular, importa o estabelecimento do quadro de situação”, ou seja, o contexto.

Além disso, mais que uma necessidade do jornalismo para que se constitua como forma de conhecimento cristalizada no singular, essa relação do fato com seu contexto é, atualmente, uma exigência da sociedade. Como afirma Cruvinel (2006: 213), depois da redemocratização, “a nova sociedade civil, mais ciosa de seus direitos políticos, inclusive do direito à informação, criou demandas novas em relação à cobertura política. Passou a exigir não apenas mais e melhor informação, mas também informação complementar qualificada, para formação de sua própria opinião”.

1.3. INFOVIS NO JORNALISMO POLÍTICO: PRIMEIROS DADOS

Na busca pela contextualização a partir da exposição do contraditório para que o texto jornalístico fuja da simples sequência de declarações, percebe-se que a alternativa de representação de dados a partir de recursos gráficos pode se tornar uma maneira mais eficiente de transmitir a informação (Stovall, 1997) em algumas ocasiões, permitindo que se estabeleça relação entre os fatos. Na mídia impressa, desde a década de 1980, jornais de todo o mundo têm realizado modificações gráficas e adaptado seus projetos para melhor se adequar ao que muitos chamam de “a era das imagens”, especialmente influenciada pela televisão. O jornal norte-americano *USA Today* é considerado um dos marcos dessa transformação (De Pablos, 1999; Stovall, 1997; Teixeira, 2010).

Isso não significa dizer que as mudanças gráficas nos jornais representam perda de qualidade da informação jornalística transmitida para simplesmente ilustrar a página do impresso e atrair o leitor. Muito ao contrário, Cairo (2008) e De Pablos (1999) destacam que os recursos gráficos não devem ser utilizados com o simples propósito de “enfeitar” o jornal sob pena de transformarem-se no que De Pablos chama de “basura informativa” (lixo informativo), que não acrescenta nada ao leitor. Holmes (1991: 72) afirma também que o excesso de utilização de recursos gráficos pode acabar diminuindo o valor do que se quer destacar: “Quando todas as informações estão apresentadas graficamente, nenhuma delas serve ao propósito que deveria”⁶.

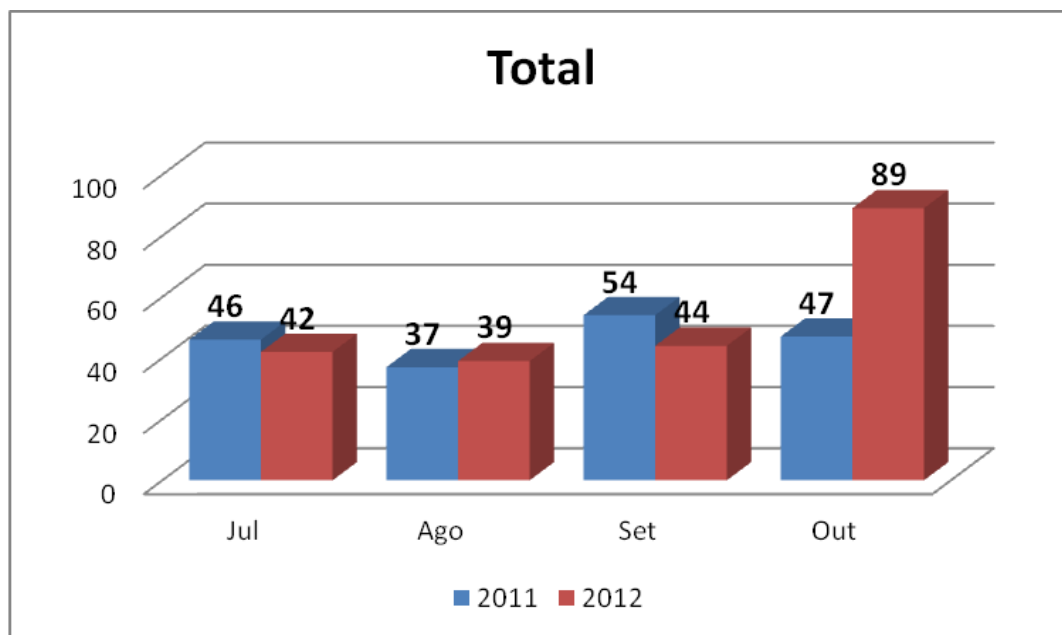
Tendo em vista as considerações feitas até aqui, passamos, então, à apresentação dos primeiros dados da pesquisa, feita a partir da análise da publicação de infografia e visualização de dados na editoria de Poder do jornal *Folha de S.Paulo*, entre julho e outubro dos anos de 2011 e 2012. De acordo com Manovich (2011), “o objetivo da visualização é descobrir a estrutura de um conjunto de dados (tipicamente grande). Essa estrutura não é conhecida a priori; a visualização é bem-sucedida se revela essa estrutura”. É dessa forma que a infovis traz para o conhecimento do público temas de interesse da sociedade civil, dando visibilidade a assuntos a partir da descoberta desta estrutura. Yau (2011) explica que a visualização deve ajudar o leitor a ver o que “os dados têm a dizer” e revelar padrões e relações entre os números. O autor enfatiza que os dados são uma representação da vida real, não apenas um amontoado de números – “dados podem ser chatos se você não sabe o que está analisando ou não sabe o que

⁶ Versão original em inglês: When all information is presented graphically, none of it serves the purpose that should.

observar primeiro”⁷. A infovis pode ser utilizada tanto para as chamadas *hard news*⁸, quanto para reportagens mais aprofundadas sobre algum assunto, observando novas perspectivas do tema e ajudando o público a ver um novo caminho (Gray; Bounegru; Chambers, 2014). No caso do jornalismo político, Motta (2007), em uma análise empírica, conclui que pelo fato de a política trata-se de um jogo de poder complexo, muitas narrativas são construídas com metáforas que ajudam a esclarecer para o público a relação entre os agentes envolvidos. “Os jornais impressos estão hoje plenos de infografias, “entenda o caso” e outros recursos reveladores das associações que os editores querem estabelecer ou determinar. Eles fazem isso naturalmente, sem cansar o leitor. O lúdico é cultural, é pedagógico sem parecer persuasivo” (Motta, 2007: 21).

No período escolhido como recorte da pesquisa, observamos a publicação de 184 infovis em 2011 e 214 em 2012. Um primeiro dado a ser destacado é que a quantidade de publicações aumenta substancialmente no mês das eleições (outubro de 2012), como se pode ver a partir do gráfico 1:

Gráfico 1 – Total de infografias e visualização de dados publicadas pelo jornal *Folha de S.Paulo* entre julho e outubro em 2011 e 2012.



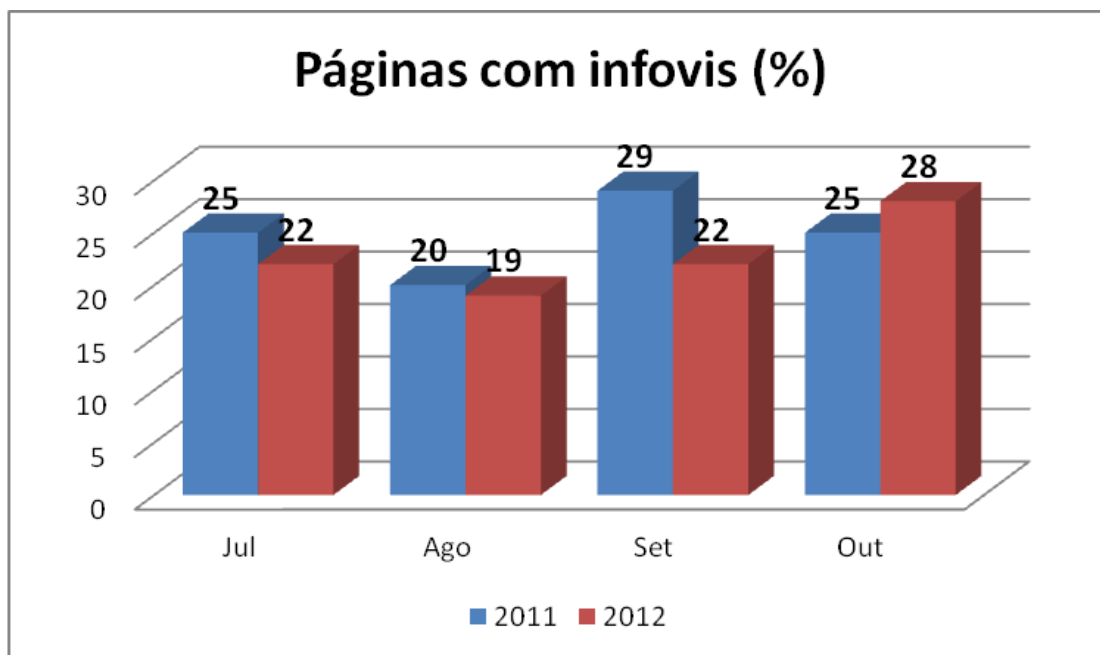
⁷ Versão original em inglês: Data can be boring if you don't know what you are looking for or don't know there is something to look for in the first place.

⁸ Hard News são as notícias que no jargão jornalístico se costumam chamar de “factuais”, ou seja, os assuntos do dia a dia, de interesse e produção imediata.

O levantamento foi feito a partir das publicações do Primeiro Caderno do jornal *Folha de S.Paulo*, mais especificamente da editoria de Poder. Por termos escolhido os assuntos de política como corpus do trabalho, incluímos também na análise, em outubro de 2012, um caderno especial publicado sobre as eleições municipais daquele ano, encartado diariamente no jornal entre os dias primeiro e 31. A publicação do suplemente é um indicativo que explica o aumento da produção de infovis no período. Chaia (2007:165) observa que “as eleições ganham status de ‘estrela maior’ nos estudos da comunicação política”. O período parece ganhar também esse “status” nas redações, já que os temas de política ganham mais espaço – a veiculação do caderno prova tal afirmação – durante os meses de campanha eleitoral que precedem a disputa pelo voto.

Observamos também a quantidade de páginas do jornal publicadas com infovis no período analisado (gráfico 2).

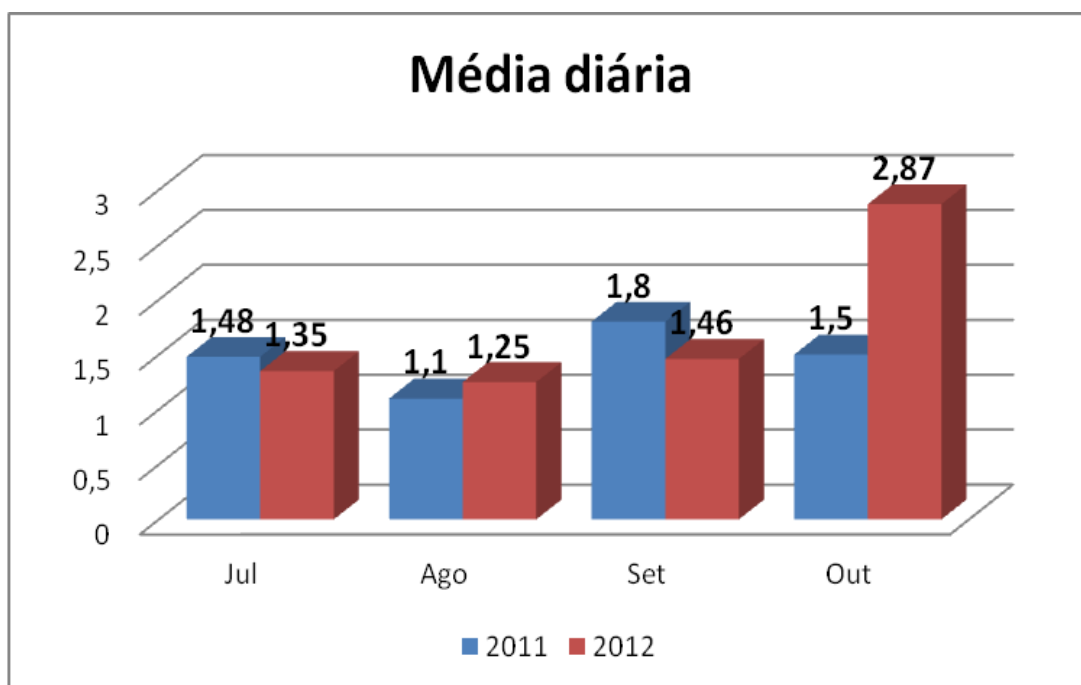
Gráfico 2 – Quantidade de páginas (em %) com infovis publicadas pelo jornal *Folha de S.Paulo* entre julho e outubro em 2011 e 2012.



A partir da quantidade de infovis do período analisado em relação ao número de páginas da editoria de Poder, calculamos a média de visualizações publicadas por dia. Durante todos os meses, ela é superior a 1, chegando a passar de 2 em outubro de 2012 (efeito das eleições), como é possível observar no gráfico 3. Ressaltamos que se trata de

uma média e não significa que o jornal tenha produzido infovis todos os dias – observamos ao longo da pesquisa que em alguns dias não havia visualizações. Mas trata-se de um dado que demonstra que o recurso é utilizado com frequência. Nesse ponto, vale lembrarmos que Groth destaca a periodicidade como uma das características essenciais do jornal. Segundo o autor (2011: 165), “a repetição é o meio perfeito para reter o que desaparece, fortalecer o fraco, transformar indiferença e desconfiança em participação e certeza”.

Gráfico 3 – Média do total infografias e visualização de dados dividido pela quantidade de páginas da editoria de Poder, publicadas pelo jornal *Folha de S.Paulo* entre julho e outubro em 2011 e 2012.



Em trabalho anterior (Rinaldi, 2007), ao estudar infografia na revista *Superinteressante*, observamos que um dos fatores que influenciam na quantidade de infos publicados em um veículo é a orientação do diretor de redação, o gosto pessoal por uma forma de apresentação do conteúdo que não se restrinja ao texto e à foto. No caso da *Folha de S.Paulo*, a partir de entrevistas com profissionais que trabalham no jornal, chegamos à conclusão que isso também se aplica. O editor adjunto de Arte, Mário Kanno, afirma: “Na *Folha*, a parte da edição/planejamento/publicação tem um

editoria muito forte e ativa – cria pautas, apura, publica – e uma Direção de Redação que enxerga a infografia como diferencial positivo do jornal e útil aos leitores”.

Mas, além disso, identificamos outras duas características que fazem com que a produção de infovis na *Folha* seja constante. A primeira delas está relacionada ao projeto gráfico do jornal, que favorece a publicação de infografias e visualização de dados, como afirma o editor de Poder, Ricardo Balthazar:

“Isso (a utilização de infovis) é uma tradição do jornal, tem a ver com várias coisas. Tem a ver, por exemplo, com o projeto gráfico do jornal e com a obsessão que o jornal tem pelo didatismo. As artes ajudam a explicar alguns assuntos e ajudam a organizar a informação e atrair também a atenção do leitor. O pessoal da arte gosta de citar estudos que mostram que, em geral, o leitor quando bate o olho numa página de jornal, primeiro ele olha a foto, depois o título, subtítulo e a última coisa que ele vai fazer é ler o texto. Então a arte acaba ganhando uma importância muito grande, não só para explicar a história ou oferecer o didatismo que o jornal se propõe, mas também a atrair o interesse do leitor.”

Ao estudar os projetos gráficos da *Folha* ao longo da história do jornal, Romero (2012) faz observações que corroboram nossa afirmação. O pesquisador conclui que o periódico tem uma preocupação em relação à diagramação, com o objetivo de chamar a atenção dos leitores – especialmente por meio de fotografias, infografias –, e demonstra que nos manuais de redação do jornal há uma valorização gradativa no que se refere à produção gráfica, como cores, tipografia, design, etc. “Os infográficos são cada vez mais utilizados pela *Folha*. O que demonstra que o jornal acredita que eles são a maneira mais fácil de transmitir informações com recursos gráficos” (Romero, 2012: 92). Com relação à importância dada pela *Folha* ao trabalho gráfico, vale destacar também que o jornal está entre os pioneiros na publicação de infografia (Teixeira; Pascal, Stürmer, 2012) e possui, inclusive, um Manual de Infografia, produzido por Mário Kanno e Renato Brandão, em 1998. Outro indicativo de que o jornal tem grande preocupação com a parte gráfica são os prêmios que a publicação já ganhou. Em 2014, por exemplo, numa disputa que analisa o design gráfico de publicações de todo o mundo, promovida pela Society of News Design (SND), a *Folha de S.Paulo* foi vencedora de seis categorias por trabalhos publicados em 2013.

Apesar da preocupação estética, as entrevistas e o próprio manual de Kanno e Brandão (1998) indicam que a prioridade é a clareza da informação: “A função básica da infografia é enriquecer o texto, permitindo que o leitor visualize o assunto em pauta.

Sua função secundária é ‘embelezar’ a pauta, tornando-a mais atrativa” (Kanno; Brandão, 1998).

Além do gosto pessoal de quem está à frente da redação e da influência do projeto gráfico, o outro fator que influencia no número de infovis publicados está relacionado ao tema. O editor de Poder explica que os temas de política dificilmente rendem boas fotos, o que acaba estimulando os profissionais a pensarem em formas diferentes de ilustrar as páginas:

“Em geral as nossas fotos são ruins e muitas vezes a gente não tem foto e pra ilustrar a edição. A gente só tem bonecos, imagens de políticos. E isso torna as páginas muito feias, muito pouco atraentes. Então as artes muitas vezes também ajudam a cumprir esse papel de tornar as páginas mais bonitas e atraentes, não só o didatismo.”

Trazemos agora dois exemplos de visualizações de dados do jornal *Folha de S.Paulo* (figuras 1 e 2 e figuras 3 e 4), com o objetivo de discutir que informações foram extraídas a partir dos dados brutos (Manovich, 2011), permitindo que o assunto ganhasse visibilidade, ou seja, sem o levantamento de dados o tema não seria tratado. Buscamos também debater se a agenda da mídia pautou a agenda do público (McCombs, 2009), fazendo repercutir o assunto na esfera pública (Habermas, 2003; Thompson, 2012).

A primeira infovis foi publicada no dia 11 de julho de 2011, com a reportagem “Dinheiro público sustenta parcerias em estádios da Copa”. Trata-se de um levantamento que mostra que em obras de estádios de futebol para a Copa do Mundo do Brasil de 2014, que são feitas a partir das chamadas parcerias público-privadas (PPP), a maior parte do dinheiro investido é público.

A matéria chama atenção para o fato de que o princípio da PPP é justamente que a iniciativa privada aplique dinheiro para depois explorar o serviço em que investiu, ou seja, a maior parte do dinheiro deveria ser, em tese, da iniciativa privada. A visualização de dados da reportagem mostra os valores aplicados nas obras de cinco estádios. São utilizados gráficos para que se observe a proporção entre o dinheiro público e o privado em cada um dos estádios (figuras 1 e 2).

Figura 1 – Reportagem com infovis publicada no dia 11/07/2011, página A4.

Dinheiro público sustenta parcerias em estádios da Copa

Apesar de presença do setor privado, verba dos governos supera 60% dos orçamentos das arenas em BA, CE e PE

Procuradoria afirma que modelo das PPPs foi desvirtuado porque a verba deveria sair das empresas interessadas

FERNANDA ODILLA
DE BRASÍLIA

O dinheiro público está bancando mais de 60% das obras de estádios da Copa-2014 erguidos com as PPPs (parcerias público-privadas).

O grupo do Ministério Público Federal que acompanha a preparação do evento diz que isso desvirtua o modelo, no qual o setor privado financia e executa determinada obra ou serviço em troca do direito de concessão.

No caso mais grave, o setor público se comprometeu com 80% do orçamento da reconstrução do estádio da Fonte Nova, em Salvador.

Os procuradores têm recomendado ajustes nos contratos para minimizar riscos às sedes do Mundial.

Mesmo tendo optado pela PPP, os governos de Bahia, Ceará e Pernambuco receberam um financiamento total de R\$ 1 bilhão do BNDES para erguer arenas que vão custar, juntas, R\$ 1,76 bilhão.

O banco de fomento da União ainda analisa pedidos para as arenas de Minas Gerais e do Rio Grande do Norte.

Bahia e Ceará contraíram empréstimos para repassar o dinheiro às parceiras privadas. Pernambuco vai usar a maior parte da verba para ressarcir o que foi investido.

DESVIRTUAMENTO

A procuradora Juliana Moraes, do grupo que acompanha as ações da Copa-2014, diz que o modelo das PPPs foi distorcido porque os governos estão se endividando para financiar as obras.

"Houve um desvirtuamento. Ninguém pega emprestado para emprestar. Só empresta o que tem", afirma.

Segundo a procuradora, caberia ao empreendedor privado buscar o empréstimo no mercado, oferecendo garantias corporativas em troca do dinheiro.

Mesmo sendo capazes de financiar sozinhos suas arenas, Estados que optaram pela PPP estão desobrigados de fazer licitações. Isso significa agilidade, mas dificulta a fiscalização dos recursos.

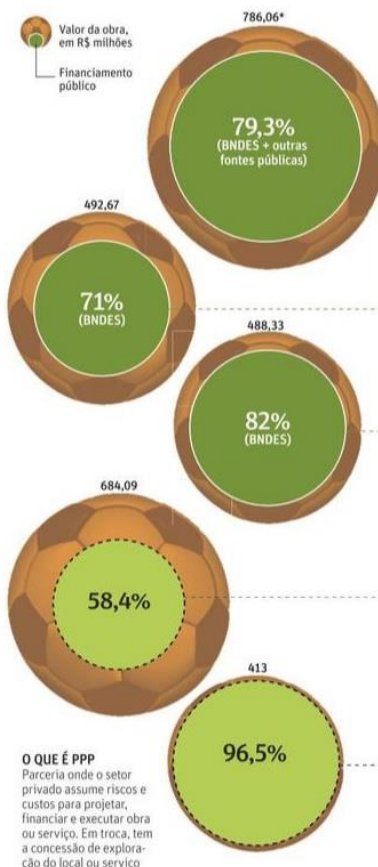
Técnicos do Tribunal de Contas da Bahia recomendam que só 20% do empréstimo seja liberado até que os responsáveis apresentem o projeto da arena Fonte Nova. O caso ainda não foi julgado.

Além de pegar R\$ 323,63 milhões do BNDES para repassar ao parceiro privado, o governo da Bahia emprestou R\$ 50 milhões para demolir o estádio velho. O restante foi emprestado ao consórcio pelo Banco do Nordeste.

Após a conclusão da obra, o governo baiano terá que pagar cerca de R\$ 1,5 bilhão em 15 anos, valor três vezes

CUSTO DOS ESTÁDIOS

Quanto é subsidiado pelos cofres públicos



O QUE É PPP

Parceria onde o setor privado assume riscos e custos para projetar, financiar e executar obra ou serviço. Em troca, tem a concessão de exploração do local ou serviço

*Valor incluiu, além da previsão inicial de R\$ 591,7 milhões, atualização monetária e custos pré-operação, segundo governo da Bahia. Fonte: Portal da Transparência/Copa (www.portaltransparencia.gov.br/copa2014) e BNDES

PATROCÍNIO

Estádios da Copa recebem verba pública, mesmo com parceria público-privada

R\$ 1 bilhão

é o total apenas dos empréstimos do BNDES para os governos de BA, CE e PE, o que supera 60% do valor das obras

SALVADOR (BA)

Além da reconstrução do estádio, o contrato prevê a exploração da arena Fonte Nova por 35 anos mediante pagamento público anual de R\$ 100 milhões por 15 anos

FORTALEZA (CE)

Concessão administrativa de oito anos do Castelão. Prevê ainda que o parceiro privado faça a construção da sede da Secretaria do Esporte do Estado

RECIFE (PE)

Tipo de contratação prevê a concessão administrativa para a operação e a manutenção da arena por 33 anos

PENDENTES

BELO HORIZONTE (MG)

A empresa responsável pelo novo Mineirão pediu crédito de R\$ 400 milhões ao BNDES, que ainda analisa a solicitação

NATAL (RN)

O pedido de crédito de R\$ 398,7 milhões ao BNDES foi formulado pelo empreendedor responsável pela arena das Dunas e está sob análise

OUTRO LADO

Modelo é aceito pelo BNDES, dizem Estados

DE BRASÍLIA

Responsáveis pela Copa-2014 na Bahia, no Ceará e em Pernambuco dizem cumprir a legislação com rigor.

Os governos informam que o modelo de parceria (público-privada) foi aprovado pelo BNDES, que criou um financiamento específico para o Mundial no Brasil.

O secretário da Copa na Bahia, Ney Campello, define o governo estadual como um "intermediador" do empréstimo. "O BNDES disse que só faria o empréstimo se rece-

besse garantia do Estado", afirma. Ele justifica a opção pela PPP dizendo ser a melhor para respeitar o prazo da obra e garantir preço estável.

Ainda assim, no caso da Fonte Nova, o preço inicial aumentou 25%. Segundo Campello, o novo valor inclui custos de pré-operação e atualização monetária.

Os Estados dizem estar de olho nos investimentos que a Copa vai gerar. "Vale a pena gastar R\$ 500 milhões e gerar R\$ 8 bilhões", diz o secretário da Copa em Pernambuco, Silvio Bompastor, segundo quem o modelo do empréstimo foi sugerido pelo BNDES.

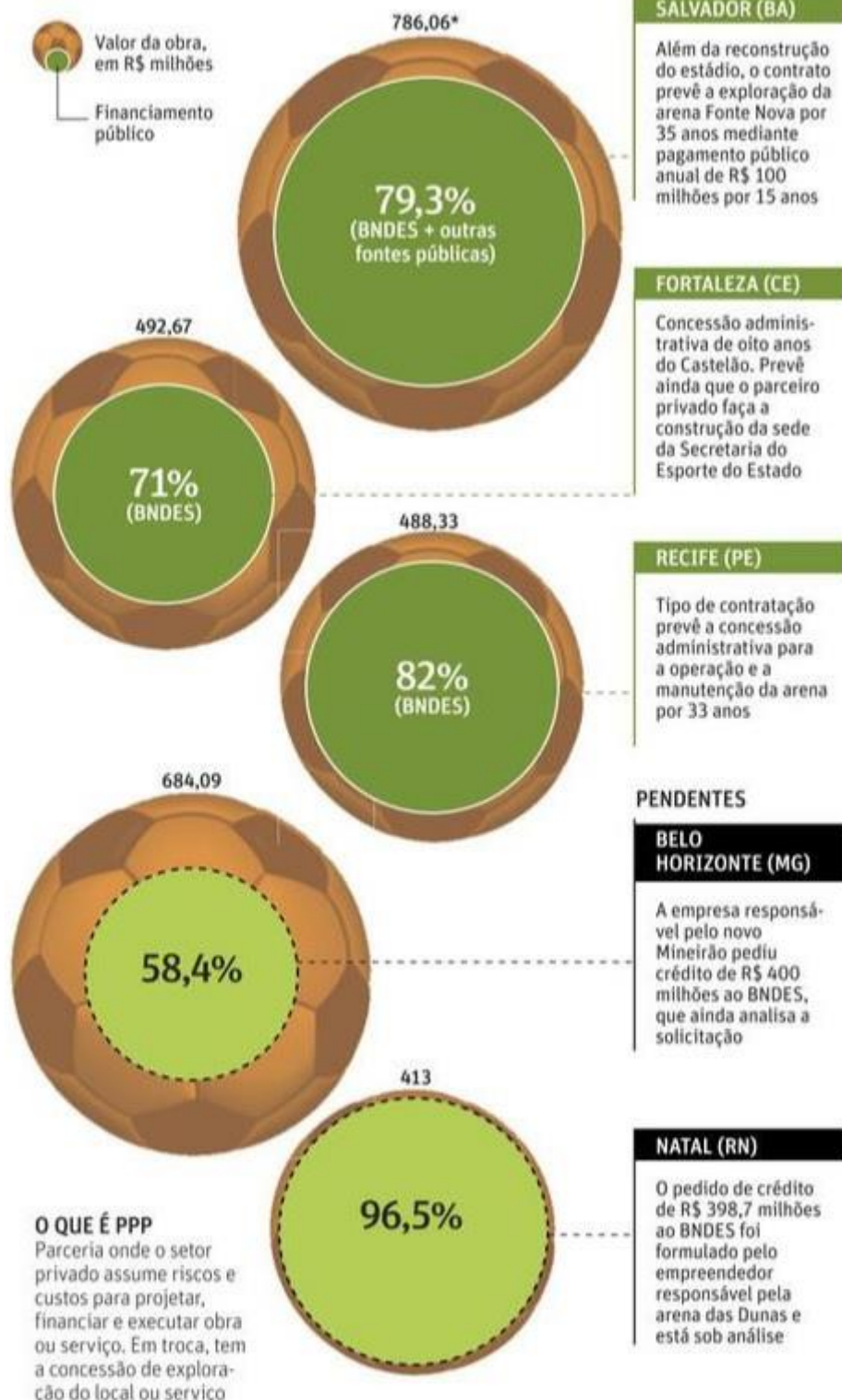
O Ceará informa que "o projeto da PPP foi analisado pelo Ministério Público Federal antes da licitação".

Figura 2 – Detalhe da infovis publicada no dia 11/07/2011, página A4.

CUSTO DOS ESTÁDIOS

Quanto é subsidiado pelos cofres públicos

Valor da obra, em R\$ milhões
Financiamento público



O QUE É PPP

Parceria onde o setor privado assume riscos e custos para projetar, financiar e executar obra ou serviço. Em troca, tem a concessão de exploração do local ou serviço

*Valor incluiu, além da previsão inicial de R\$ 591,7 milhões, atualização monetária e custos pré-operação, segundo governo da Bahia
Fonte: Portal da Transparência/Copa (www.portaltransparencia.gov.br/copa2014) e BNDES

Ao ler o texto sobre o assunto, observamos que a reportagem tem como base o levantamento de dados, ou seja, sem o levantamento não haveria essa pauta (a reprodução do texto da reportagem está nos anexos da dissertação). O padrão descoberto a partir dos números (Manovich, 2011; Yau, 2011), nesse caso, é que em uma série de PPPs a maior parte do dinheiro é público, e isso permitiu que o assunto tivesse visibilidade/publicidade. Depois de analisar os números, a repórter buscou as fontes oficiais para repercuti-los. Uma procuradora do Ministério Público afirma que o fato de a maior parte do investimento ser feita com dinheiro público “desvirtua” o modelo de PPP e os governos responsáveis pelas obras apresentam suas versões sobre o assunto. O exemplo mostra como a repórter contrapôs informações a respeito do tema que estava apurando e não se restringiu ao texto declaratório, trazendo dados concretos que ganharam visibilidade a partir do recurso gráfico utilizado.

Uma informação importante sobre a reportagem é a fonte dos dados de investimentos em obras da Copa, que está identificada no final da infovis: Portal Transparência do Governo Federal. O site do Executivo é uma base de dados que qualquer cidadão com acesso à internet pode consultar (abordaremos com mais detalhes a utilização de base de dados para construção de infovis no capítulo 3). Mas, embora estivessem disponíveis para o acesso público, essas informações não seriam trazidas ao conhecimento das pessoas se não fossem publicadas pelo jornal. “É impraticável pensar nas pessoas como seus próprios editores, por essa razão o papel da imprensa é encontrar onde está o bom material” (Kovach; Rosenstiel, 2003).

Com relação à repercussão do assunto e à forma como a agenda da mídia pauta a agenda do público (McCombs, 2009), observamos, em pesquisa na internet com o título da reportagem, que o conteúdo foi reproduzido por vários outros sites. No site de notícias *Terra*, foram 112 comentários de internautas, grande parte criticando o governo pelos gastos públicos com a Copa (demonstrados na infovis). No próprio jornal, uma carta na seção Painel do Leitor, também repercutiu o assunto. Foi uma resposta do governo da Bahia à reportagem. Vale destacar aqui que o governo já havia sido ouvido para a produção da reportagem e está citado no texto, mesmo assim repercutiu novamente depois da publicação, ou seja, a agenda da mídia também pautou a agenda política. Dessa forma, esse exemplo⁹ demonstra nossa hipótese de que a infovis tem

⁹ Não foi possível observar a repercussão do assunto no próprio site da *Folha* porque a reportagem não foi publicada ou não está mais disponível.

potencial para contribuir para que determinados assuntos tenham visibilidade na esfera pública (Habermas, 2003).

O segundo exemplo é de uma visualização publicada no dia 24 de setembro de 2011, com a reportagem “Carga de impostos volta a crescer e atinge 34% do PIB” (figuras 3 e 4). A infovis mostra a evolução de um índice feito a partir de dois conjuntos de dados: a carga tributária e o PIB do país. Assim como na outra reportagem, o texto é construído a partir da análise dos dados, e não com base simplesmente em declarações de fontes. Além da informação do aumento dos impostos em relação às riquezas do país, a infovis relaciona os números com os governos dos períodos. Nesse caso, a reportagem identifica uma série de fontes de informações (diferentes bases de dados), que foram utilizadas para fazer um cruzamento de informações até que se chegasse ao padrão (Yau, 2011) estabelecido na infovis.

O exemplo também trata de um assunto que dificilmente seria conhecido pelo público em geral e não teria visibilidade – podendo ficar restrito apenas a círculos de economistas – se não fosse abordado pelo jornal. Assim como no primeiro caso, o assunto teve repercussão, sendo reproduzido por outros sites, como JusBrasil e blogs regionais em São Paulo (onde a *Folha* tem maior circulação), mas também de outros estados. No blog do colunista Reinaldo Azevedo, da revista *Veja*, 16 internautas comentam a reportagem, que é reproduzida parcialmente, com link para a íntegra da versão impressa do jornal. Mais uma vez, observamos o potencial da infovis de, a partir da exposição de assuntos feita com a descoberta de padrões e relações entre números e dados, contribuir para discussões na agenda do público e na esfera pública.

Carga de impostos volta a crescer e atinge 34% do PIB

Fim de incentivos e recuperação da economia fazem arrecadação aumentar

Governo federal ficou com a maior parte do aumento de receitas, enquanto a fatia dos Estados ficou estagnada

DE BRASÍLIA
DE SÃO PAULO

A carga tributária do Brasil voltou a crescer no ano passado, transferindo para os cofres do governo federal uma fatia maior das riquezas produzidas no país.

Estudo apresentado ontem pela Secretaria da Receita Federal diz que impostos e contribuições arrecadados pelas três esferas de governo somaram no ano passado 33,56% do PIB (Produto Interno Bruto). Em 2009, a carga tributária alcançara 33,14% do PIB.

O principal motivo foi o aumento da arrecadação do governo federal, provocado pela retomada do crescimento da economia e o fim dos incentivos distribuídos em 2009 para reanimar a economia e combater a recessão.

O aumento da taxação de operações financeiras no fim do ano passado, medida tomada pelo governo para conter a valorização do real em relação ao dólar, também ajudou a inflar a arrecadação.

Segundo a Receita, o governo federal, os Estados e os municípios arrecadaram no ano passado R\$ 1,2 trilhão em impostos e contribuições, 9% a mais do que em 2009.

Estudo feito pelos economistas José Roberto Afonso e Márcia Monteiro, especialistas em finanças públicas, sugere que o aumento da carga tributária foi ainda maior do que o reconhecido pelo trabalho da Receita.

Segundo eles, os impostos recolhidos nas três esferas de governo somaram no ano passado 35,16% do PIB, se a conta incluir os royalties do petróleo e outros tributos arrecadados pela União mas excluídos pelo estudo da Receita por razões metodológicas.

De acordo com o estudo, a carga tributária brasileira atingiu seu ponto mais alto em 2008, quando representou 35,5% do PIB.

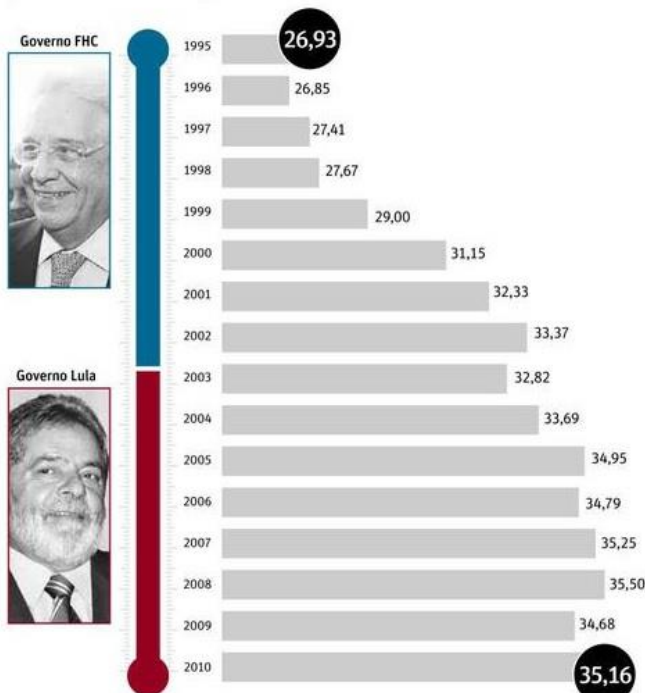
Os cálculos dos dois economistas indicam também que o governo federal foi o principal beneficiário do aumento da carga tributária nos últimos meses, em detrimento de Estados e municípios, cujas receitas permaneceram praticamente estagnadas.

Esse descompasso ajuda a explicar a insatisfação dos

IMPOSTÔMETRO

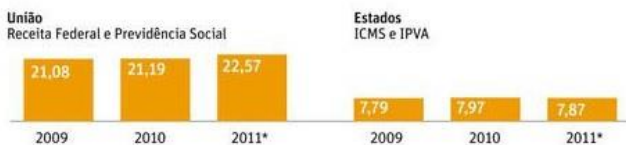
Comparação da carga tributária entre os governos FHC e LULA

CARGA TRIBUTÁRIA EM RELAÇÃO AO PIB (PRODUTO INTERNO BRUTO), EM %



ARRECAÇÃO EM PERCENTUAL DO PIB

A arrecadação federal cresceu, e a dos governadores ficou estagnada



*Nos últimos 12 meses, até julho. Fonte: José Roberto Afonso e Márcia Monteiro a partir das fontes primárias Receita Federal, STN, MPAS, CEF, Confaz, Secretarias Estaduais da Fazenda e BACEN

governadores, que nos últimos meses têm pressionado o governo federal e o Congresso por mais recursos para o sistema de saúde pública e uma fatia maior dos recursos que serão arrecadados com a exploração do petróleo do pré-sal.

A arrecadação do governo federal cresce aceleradamente desde o fim do ano passado. Enquanto isso, os governadores viram a participação do ICMS, principal tributo recolhido pelos Estados, ser re-

duzida de 7,37% do PIB em janeiro para 7,28%.

O tributarista Amir Khair, ex-secretário de Finanças de São Paulo, explica que a perda de fôlego do ICMS se explica pela fraqueza da atividade industrial. "A indústria está dando sinais claros de arrefecimento e é ela o grande contribuinte do ICMS."

Dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) indicam que a produção industrial recua desde outubro do ano passado.

Mas o que poderia ser uma segurança para o governo federal é também motivo de preocupação. Para os economistas, esse volume de arrecadação deve ceder ao longo do ano e em 2012.

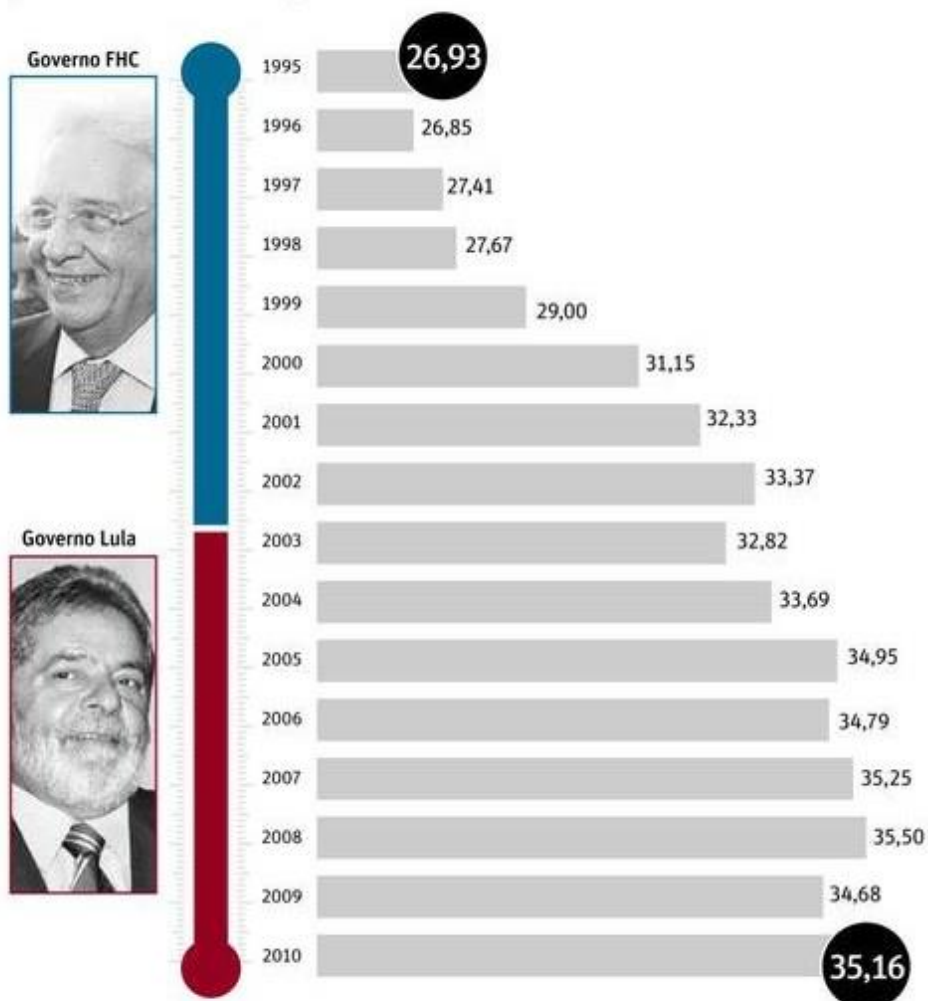
"Existe uma defasagem natural entre a redução da atividade e o recolhimento de tributos. Essa arrecadação do governo federal não vai se repetir nos próximos meses, até porque houve uma arrecadação extraordinária nos últimos meses", diz Afonso.

Figura 4 – Detalhe da infovis publicada no dia 24/09/2011, página A4.

IMPOSTÔMETRO

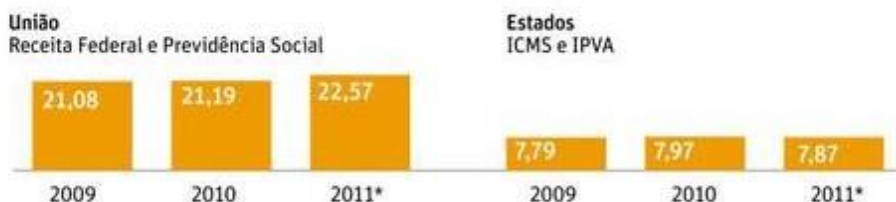
Comparação da carga tributária entre os governos FHC e LULA

**CARGA TRIBUTÁRIA EM RELAÇÃO AO PIB
(PRODUTO INTERNO BRUTO), EM %**



ARRECADAÇÃO EM PERCENTUAL DO PIB

A arrecadação federal cresceu, e a dos governadores ficou estagnada



*Nos últimos 12 meses, até julho Fonte: José Roberto Afonso e Márcia Montelero a partir das fontes primárias Receita Federal, STN, MPAS, CEF, Confaz, Secretarias Estaduais da Fazenda e BACEN

1.4. INFOVIS E DEMOCRACIA

O conceito de esfera pública considera que esta deve dar visibilidade e condições de argumentação aos assuntos de interesse público, como observamos anteriormente. Assim como os *media* criaram novas formas de publicidade e, por consequência, novas formas de visibilidade, também é possível observar que a publicação de determinados temas pela imprensa, que de outro modo não seriam de conhecimento da maioria das pessoas, oferece ao público condições de argumentação dos assuntos, como buscamos demonstrar nos exemplos citados. “Do Watergate ao caso Collor, o jornalismo investigativo tem sido um dos instrumentos mais valiosos para a submissão à esfera pública de coisas, fatos e circunstâncias que dela queriam, a todo custo, escapar” (Gomes, 2008: 151).

O papel do jornalismo de fomentar o debate ao “sequestrar para a esfera pública” – expressão usada por Gomes (2008) – fatos escondidos ou de bastidores é abordado por diversos autores, que ressaltam a contribuição dessa atividade para a democracia. Um primeiro ponto a ser destacado, sobre a formação de juízo de valor dos leitores, é a contraposição de diferentes pontos de vista feita (ou que deveria ser feita) pela imprensa (Groth, 2011; Thompson, 2012). Groth reflete sobre o assunto ao descrever a universalidade, uma das características que ele elenca para a Ciência dos Jornais. O pesquisador alemão lembra que o ser humano é constantemente coagido a tomar posição sobre diversos assuntos e, por essa razão, precisa receber informações frequentemente. A universalidade para Groth é justamente abordar no jornal o que é de interesse do público, abrangendo a mais variada gama de assuntos.

Mediar o conhecimento de todas estas relevâncias de todas as áreas da vida e da cultura, da sociedade em todas as suas partes, esta é hoje a tarefa do periódico. A partir daqui a sua universalidade deve ser vista como uma das categorias básicas da Ciência dos Jornais. (Groth, 2011: 172)

Gentili (1993) também fala do tema em artigo sobre cidadania e direito à informação. Para o autor, a produção de visibilidade do poder e a publicização do governo são a razão de ser da imprensa. Nas sociedades de massa modernas, diz ele, o acesso à informação jornalística por parte do cidadão pode potencialmente vir a

consistir num direito que assegura outros direitos, confere condições de igualização de sujeitos e oferece visibilidade ao poder e ao mundo. Da mesma forma, Wolton (1995) diz que a comunicação é uma condição estrutural do funcionamento da democracia e que o espaço público mediatizado é um dos lugares simbólicos, por vezes, o único, onde se pode gerir essa característica contraditória das sociedades atuais.

Ainda sobre imprensa e democracia, Ferreira (2011) e Schudson (2008) defendem a importância da atividade jornalística para o público. Ferreira aponta que um dos papéis do jornalismo é identificar questões de relevância pública que estejam ignoradas pelo governo e trazê-las ao conhecimento da população, fazendo inclusive “pressão editorial” nas instituições estatais. Schudson (2008), no livro *Por que a democracia precisa de uma imprensa antipática (Why democracies need an unlovable press)*, descreve o que considera como as seis funções para as quais as notícias devem servir à democracia. A primeira seria o fornecimento de informações aos cidadãos, para que possam tomar decisões políticas. A segunda, concentrar forças em investigação, especialmente do poder público. A terceira, analisar e proporcionar aos leitores/internautas/telespectadores interpretações coerentes, que possam ajuda-los a compreender o mundo. A quarta, oferecer às pessoas pontos de vista diferentes. Em quinto lugar, promover um fórum de diálogo entre cidadãos. E, por último, mobilização das pessoas para causa de interesse público.

A maior parte do poder da imprensa, afirma Schudson (2008), vem do fato de que ela traz para o público informações que, de outra maneira, não seriam conhecidas. Além disso, continua o autor, os jornalistas têm a obrigação de procurar a história por trás da história, ou seja, o que se pretende que fique escondido.

Nesse contexto de maior visibilidade produzida pelo desenvolvimento dos meios de comunicação e de potencialmente mais pluralidade de pontos de vista para discussão dos temas, é cada vez mais difícil para os líderes políticos controlar a visibilidade de ações e dos acontecimentos que protagonizam, afirma Thompson (2012). Somando-se a isso as possibilidades que a infografia e a visualização de dados possuem, de explorar melhor assuntos que não seriam tão bem compreendidos apenas com textos, entendemos que a infovis contribui para que o jornalismo funcione como espaço da esfera pública nos dias de hoje.

Destacamos mais dois exemplos (figuras 5 e 6 e figuras 7 e 8) de reportagens que trouxeram à tona informações que, sem a produção jornalística, dificilmente seriam

de conhecimento do público e que ganham mais visibilidade por conta das infovis. A primeira foi publicada no dia 4 de julho de 2011, com o título “Maquiagem infla gastos com saúde em R\$ 12 bilhões” (figuras 5 e 6). A matéria mostra como alguns Estados brasileiros usaram manobras nas prestações de contas de investimentos na saúde, que por lei devem corresponder a 12% das receitas. Em primeiro lugar, o interesse público do tema é inegável: dinheiro público, proveniente dos impostos pagos pela população, e saúde, um serviço que deveria ser garantido pelo Estado. O gráfico de barras demonstra visualmente a diferença entre o que deveria ter sido investido, o que os governos afirmam ter investido e o que foi aplicado realmente. O mapa complementa a visualização de dados, apontando quais Estados utilizaram a manobra. Observamos ainda que, no site da *Folha*, a reportagem rendeu 187 comentários.

Maquiagem infla gastos com saúde em R\$ 12 bilhões

Estados usam despesas de outras áreas para cumprir exigência constitucional

Prestações de contas entregues a ministério incluem investimentos em presídios, educação e até aposentadorias

DANIELA LIMA
MARIANA SCHREIBER
DE SÃO PAULO

Estados maquiaram seus investimentos em saúde pública nos últimos anos declarando quase R\$ 12 bilhões gastos com reformas de presídios, aposentadorias de funcionários públicos e outras atividades como se tivessem sido aplicados no setor. A emenda constitucional 29, aprovada pelo Congresso no ano 2000, determina que os Estados invistam no sistema público de saúde no mínimo 12% de suas receitas, mas a maioria não cumpre a legislação e tem inflado as prestações de contas entregues ao governo federal.

Despesas com ensino superior, obras de saneamento básico e financiamento habitacional também foram apresentadas como investimentos em saúde, de acordo com o Ministério da Saúde. Os 27 Estados declararam gastos de R\$ 115 bilhões com saúde de 2004 a 2008. Depois de examinar suas prestações de contas, o ministério concluiu que R\$ 11,6 bilhões se referiam a despesas com outras áreas, que não poderiam ser usadas para cumprir a lei. Esse dinheiro corresponde a 10% dos gastos informados pelos Estados nesses cinco anos e seria suficiente para manter por um ano 13 ambulâncias do SAMU (Serviço de Atendimento Móvel de Urgência) em cada um dos 5,5 mil municípios do país.

REGULAMENTAÇÃO
Como a emenda 29 não foi regulamentada até hoje pelo Congresso, não existe na legislação uma definição clara do tipo de ação governamental que pode ser classificada como ação de saúde. É por isso que os Estados encontram brechas para driblar o cumprimento da Constituição. Deputados da base governista se mobilizaram nas últimas semanas para pôr em votação na Câmara um projeto de lei que trata do assunto, mas o governo é contra a iniciativa, porque ela poderá provocar um aumento nos repasses de verbas da União para Estados e municípios. “Tem cidade em que até o asfalto na frente do hospital é computado como gasto em saúde”, disse o deputado Darcio Perondi (PMDB-RS), presidente da Frente Parla-

NÚMEROS INFLADOS
Ministério diz que Estados declaram mais gastos com saúde do que realizam de fato



EXEMPLOS DE GASTOS CONTESTADOS PELO MINISTÉRIO



O QUE DIZ A LEI

Estados têm que gastar 12% de suas receitas em saúde, segundo a emenda constitucional 29, aprovada em 2000

O PROBLEMA

Não há definição na legislação sobre o que pode ser considerado gasto em saúde pública

COMO RESOLVER

Projeto que tramita na Câmara define quais ações seriam consideradas despesas na área e pode aumentar os gastos em todas as esferas de governo

*Estados que cumpriram o limite legal, mesmo após o ajustamento dessas despesas. ** O governo federal repassa aos municípios R\$ 130 mil por ano para manutenção de cada ambulância do SAMU (Serviço de Atendimento Móvel de Urgência). Fonte: Mapa Elaborado por Infovis em parceria com o Departamento Político da Infovis

mentar a Saúde, grupo de políticos ligados ao setor.

O Ministério da Saúde identificou problemas nas contas de todos os Estados em 2008. Treze conseguiram cumprir a emenda 29 mesmo após abater gastos com outras áreas. O governo ainda não analisou as prestações de contas de 2009 e 2010.

Em 2008, Minas Gerais computou como despesa de saúde o pagamento de aposentadorias e pensões de servidores e repasses para um fundo que financia casas pa-

ra funcionários da Assembleia Legislativa do Estado.

Minas declarou ter gastado R\$ 2,7 bilhões com saúde em 2008, o equivalente a 13% de suas receitas. O governo federal desconsiderou R\$ 835 milhões, reduzindo as despesas do Estado com o setor para 8,6%. O governo mineiro informou que contabiliza suas despesas conforme critérios definidos pelo Tribunal de Contas do Estado.

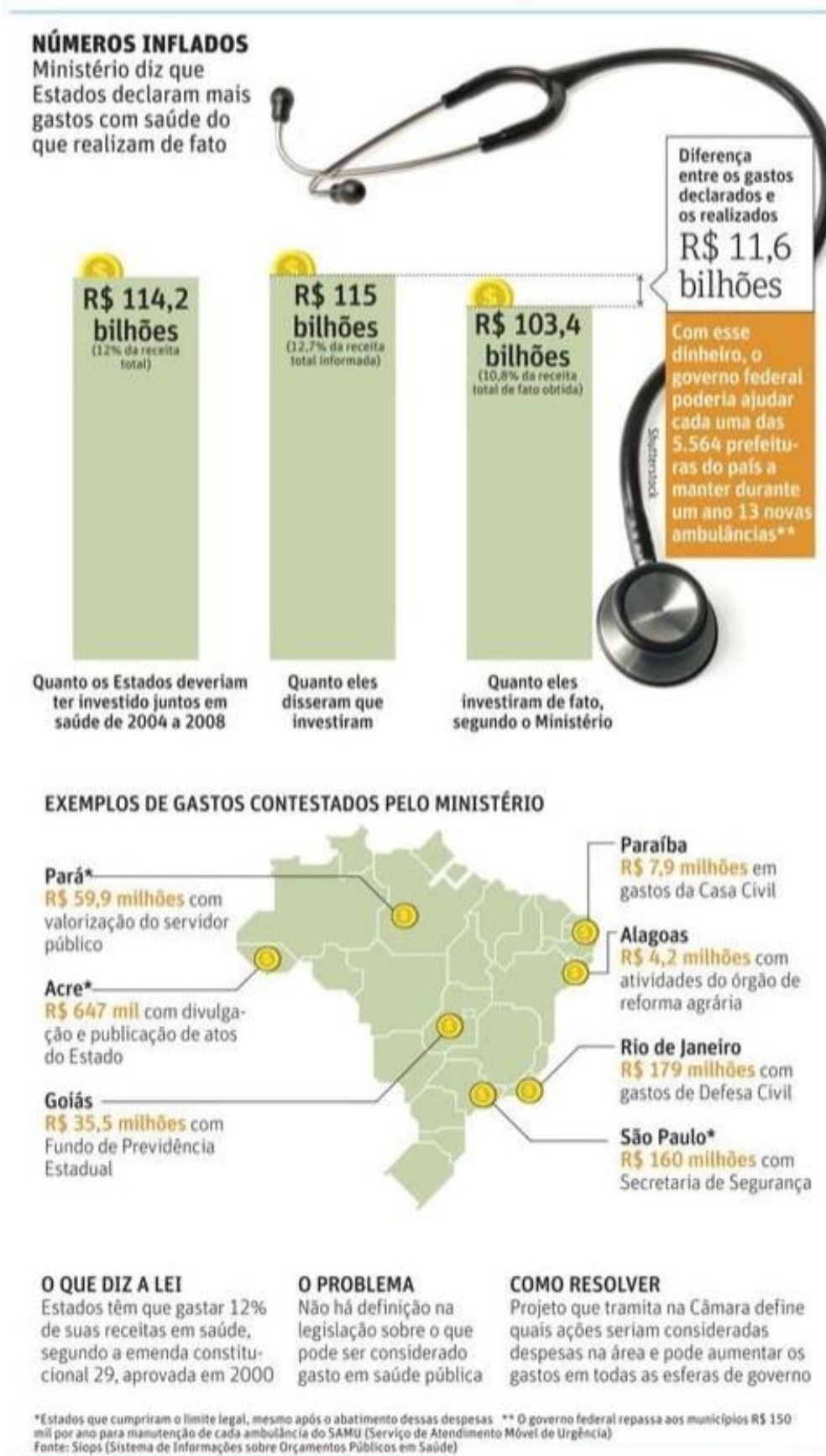
Os gastos do Rio Grande do Sul com saúde em 2008 caíram de 12% para 4% da re-

ceita depois que a prestação de contas do Estado foi revista pelo Ministério da Saúde. Até despesas com um programa de prevenção da violência fora classificado pelo Estado como ação de saúde.

“Era feita uma maquiagem”, disse o atual secretário estadual de Saúde, Ciro Simoni. “Ano que vem não vai poder mais”. Ele promete cumprir a emenda 29 até 2014, mas para atingir a meta será preciso dobrar o orçamento de sua secretaria, que tem R\$ 1,2 bilhão neste ano.

Figura 5 – Reportagem com infovis publicada no dia 04/07/2011, página A4.

Figura 6 – Detalhe da infovis publicada no dia 04/07/2011, página A4.



No segundo exemplo (figuras 7 e 8), a reportagem publicada no dia 13 de agosto de 2012, mostra o tempo de propaganda na televisão que os candidatos à prefeitura de São Paulo tiveram direito, numa comparação com comerciais de grandes empresas. O chamado tempo de TV de cada chapa é calculado com base nos partidos de cada coligação. Quanto mais deputados federais as siglas tiveram na Câmara, em Brasília, mais tempo os candidatos terão. Nessa infovia, ao fazer uma comparação com comerciais de empresas, o jornal traz ao público uma interpretação além da pura informação, cumprindo o item três do modelo de Schudson (2008), que trata do papel da imprensa de contribuir para que os leitores compreendam melhor o mundo.

Nesse exemplo, vale ressaltar também o tipo de visualização de dados escolhida para apresentação da informação. Aliando forma e conteúdo, o jornal usa uma imagem de televisão, por tratar das propagandas dos candidatos, e dentro dela usa um gráfico que mostra proporcionalmente o tempo que cada um tem durante uma semana. No site do jornal, a notícia rendeu 13 comentários de internautas.

Figura 7 – Reportagem com infovis publicada no dia 13/08/2012, página A9.

eleições 2012

Na TV, candidatos de SP terão mais tempo que grandes marcas

Comerciais de Serra e Haddad juntos vão superar os da Unilever; contando horário fixo, batem as Casas Bahia

Horário eleitoral terá início no dia 21; além disso, os candidatos a prefeito aparecem em telejornais da TV aberta

LUÍZA BANDEIRA
DE SÃO PAULO

Com o início do horário eleitoral gratuito, no dia 21, os candidatos a prefeito de São Paulo vão aparecer mais na televisão do que os maiores anunciantes do país.

Só em comerciais, Fernando Haddad (PT) e José Serra (PSDB) vão superar a Unilever — dona de marcas como Omo e Dove —, segunda maior anunciante em TV aberta. Por dia, eles terão cerca de 15 inserções de 30 segundos.

Essas propagandas curtas são consideradas mais importantes que os programas mais longos, exibidos em horários fixos, porque, para o eleitor, é mais difícil desviar delas.

Se considerados também esses blocos, o tucano e o petista vão aparecer mais vezes na TV do que as Casas Bahia, maior anunciante do Brasil.

Segundo levantamento do grupo Meio & Mensagem, a empresa gastou R\$ 1 bilhão no ano passado com publicidade em televisão aberta.

Mesmo os candidatos que têm menos tempo de propaganda eleitoral concorrem com marcas famosas.

Gabriel Chalita (PMDB) terá mais comerciais que a Caixa Econômica Federal; Celso Russomanno (PRB) se equipara à P&G, dona de marcas como Gillette e Pampers.

As informações sobre os anunciantes foram calculadas com base em levantamento da empresa Controle da Concorrência (de pesquisa e planejamento de mídia) da média semanal de comerciais no início do mês.

A propaganda eleitoral gratuita também passa em rádios. Além disso, os candidatos aparecem em telejornais da TV aberta.

Na semana passada, a TV Globo começou a dar espaço para eles nos telejornais locais, o que fez com que as campanhas mudassem sua estratégia e marcassem mais compromissos públicos para os candidatos.

ESTRATÉGIA

Na última pesquisa Datafolha, a maioria das pessoas

ouvidas (61%) não soube citar espontaneamente o nome de nenhum candidato.

A propaganda eleitoral gratuita é considerada pelas equipes de campanha como uma das principais armas para mudar esse quadro.

Nas eleições de 2008, ela foi um dos fatores decisivos para a vitória de Gilberto Kassab (hoje no PSD), que tinha

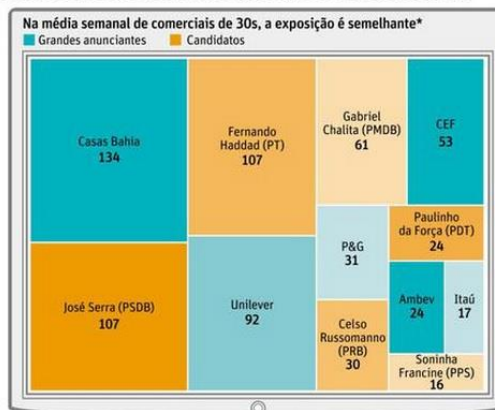
o maior tempo e começou o horário eleitoral em terceiro lugar nas pesquisas.

Mas nem sempre os “campeões” de tempo em rádio e TV vencem nas urnas.

Nas eleições de 2000, por exemplo, Romeu Zuma (então no extinto PFL) tinha o maior tempo de propaganda, mas perdeu para Marta Suplicy (PT).

PODER DE FOGO

Candidatos aparecerão na TV mais do que os grandes anunciantes do país



*A média de anúncios das empresas se refere ao início de agosto

**Tempo em cada bloco de 30min no rádio e na TV
Fonte: Justiça Eleitoral e Controle da Concorrência

Mas eles também contam com a propaganda eleitoral gratuita**



Campanha de Serra e Haddad é virtual no Dia dos Pais

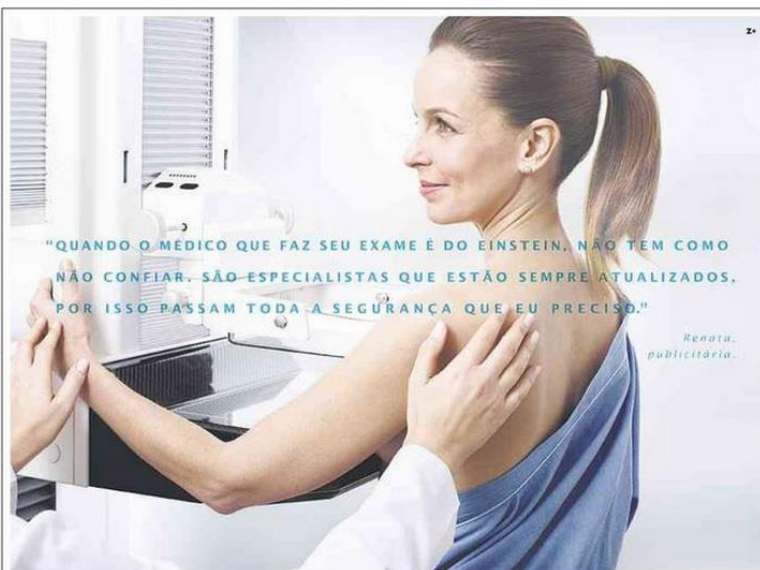
DE SÃO PAULO

Em vez de pedir votos na rua, os candidatos José Serra (PSDB) e Fernando Haddad (PT) preferiram passar o Dia dos Pais em família e interagir com eleitores na internet.

Nos demais dias da semana, os eventos públicos são considerados estratégicos pelas campanhas devido à exposição televisiva (especialmente pelo “SPTV”, da TV Globo, de segunda a sábado).

Serra postou ontem uma foto na internet com o neto e a filha, Verônica, ao fundo. Ele aparece sendo beijado pela criança, com um presente.

Haddad publicou no Twitter um trecho do Concerto de Aran Juez, interpretado pelo violonista clássico Ángel Romero, da Espanha. “Uma boa pedida para o Dia dos Pais”, escreveu o candidato petista.



Fazer exames na Medicina Diagnóstica Einstein é ter a certeza de estar nas mãos de uma equipe altamente capacitada e focada na qualidade dos resultados. Aqui você conta com todo o conhecimento e competência de um grande hospital. Além disso, a tecnologia de ponta e a rapidez ajudam seu médico a tomar a melhor decisão. No Einstein você tem o atendimento personalizado que você merece. Afinal, para a Medicina Diagnóstica Einstein o resultado mais importante é a sua saúde.



Morumbi Av. Albert Einstein, 627/701, Morumbi
Ibirapuera Av. República do Líbano, 501, Ibirapuera
Jardins Av. Brasil, 953, Jardim América
Alphaville Alameda Purus, 105, Barueri
Perdizes-Higienópolis Rua Apicás, 85, Perdizes

Central de Atendimento:
(11) 2151-1233
Para saber mais sobre a Medicina Diagnóstica Einstein acesse
www.einstein.br/medicina-diagnostica

Siga-nos nas redes sociais:
facebook.com/hospitalalbert Einstein
twitter.com/hosp_einstein

Responsável Técnico:
Dr. Miguel Cendoroglo Neto - CRM: 48949

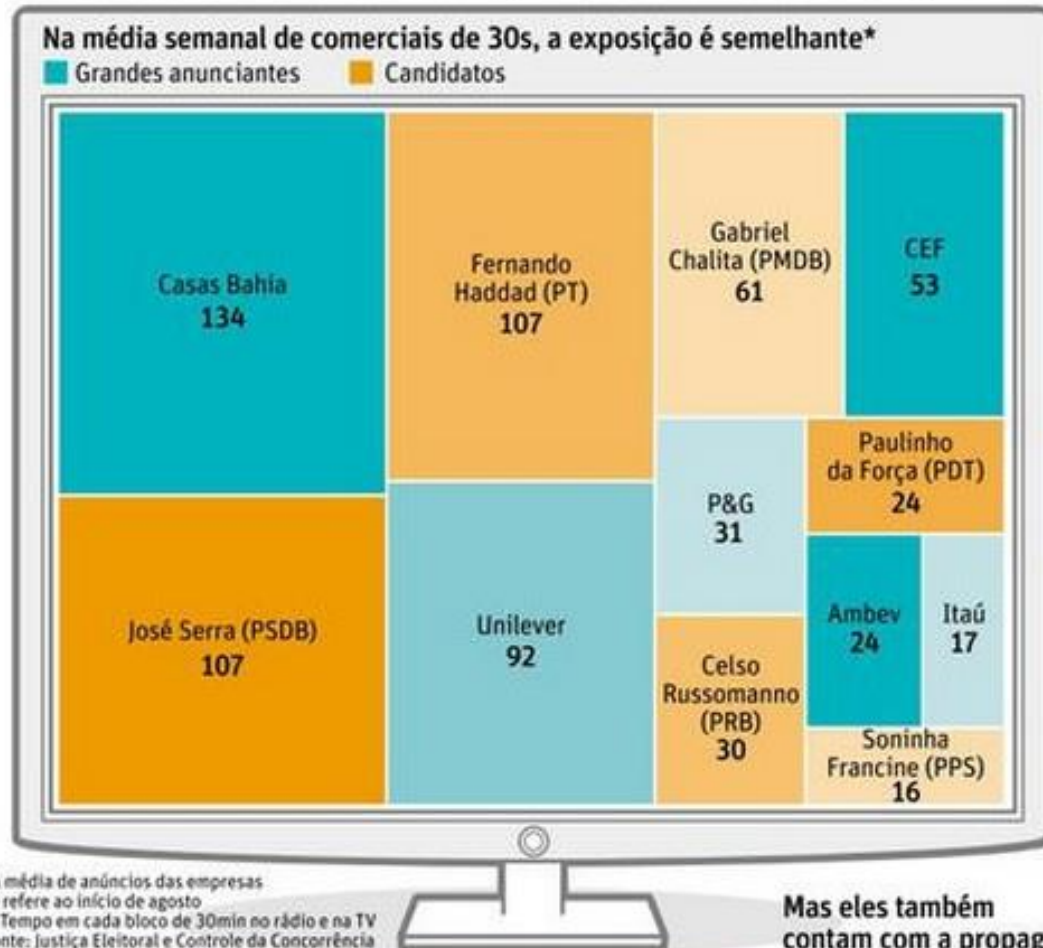
MEDICINA DIAGNÓSTICA EINSTEIN.
MUITO MAIS QUE UM LABORATÓRIO.

ALBERT EINSTEIN
MEDICINA DIAGNÓSTICA

Figura 8 – Detalhes da infovis publicada no dia 13/08/2012, página A9.

PODER DE FOGO

Candidatos aparecerão na TV mais do que os grandes anunciantes do país



CAPÍTULO 2

DIFERENCIANDO CONCEITOS: INFOGRAFIA E VISUALIZAÇÃO

Apesar de os recursos gráficos serem utilizados há muito tempo no jornalismo, os estudos sobre o que funciona e o que não funciona adequadamente começaram há poucos anos, então, pode-se dizer que a visualização da informação é um campo relativamente novo (Yau, 2011). Muitas pessoas pensam na produção de infografias ou visualização de dados com o objetivo de tornar a página mais bonita. Isso certamente é parte do trabalho, mas é importante ressaltar novamente que a utilização de infovis tem como primeiro objetivo tornar a informação compreensível (De Pablos, 1999; Cairo, 2008, 2011; Kanno; Brandão, 1998; Yau, 2011).

A segunda confusão comum quando se trata do assunto é a diferença entre infografia e visualização de dados. Nossa proposta conceitual, discutida no âmbito do Núcleo de Pesquisas em Jornalismo Científico, Infografia e Visualização de Dados (Nupejoc), é de que cada uma delas tem peculiaridades diferentes e ambas fazem parte do que chamamos de visualização da informação no jornalismo.

Para diferenciar os conceitos, fizemos uma revisão da literatura sobre o tema para então detalhar nossa proposta. Um dos primeiros autores a trabalhar com infografia no jornalismo foi o espanhol De Pablos (1999), o qual compreende infografia como o “binômio imagem+texto”. Outro pesquisador da Espanha que estudou o assunto foi Valero Sancho (2001: 21), conceituando infografia como “um aporte informativo, realizado com elementos icônicos e tipográficos, que permite ou facilita a compreensão dos acontecimentos, ações ou coisas da atualidade ou alguns de seus aspectos mais significativos, e acompanha ou substitui o texto informativo”¹⁰.

No Brasil, um dos pioneiros no estudo de infografia foi Ary Moraes. De acordo com o autor, “a partir de 1996, a palavra (infografia) deixou a esfera dos iniciados e estabeleceu-se definitivamente no cenário do jornalismo brasileiro” (Moraes, 1998: 71). Diversos outros pesquisadores trataram ou vêm tratando do tema no Brasil – Adriana Alves Rodrigues, Ana Paula Machado Velho, Beatriz Ribas, Itanel Quadros, Mário Kanno, Walter Teixeira Lima Junior e Tattiana Teixeira, para citar alguns.

¹⁰ Versão original em espanhol: Una aportación informativa, realizada con elementos icónicos y tipográficos, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad o algunos de sus aspectos más significativos, y acompaña o sustituye al texto informativo.

Muitos autores costumam classificar todos os tipos de recursos gráficos como infografia: “Muitas vezes utilizada como sinônimo de gráfico e mapa, outras vezes, distanciada destes conceitos, não encontramos uma definição consensual de infografia” (Ribas, 2005: 1). Partindo de uma revisão bibliográfica do assunto, a pesquisadora chega à conclusão de que a principal causa que teria levado à confusão seria uma tradução equivocada do inglês para o português da expressão “informational graphics”, que embora no sentido literal signifique “informação gráfica”, poderia ser melhor traduzida, segundo ela, como “diagrama informativo” para evitar confundir-se infografia com gráficos ou mapas.

Apesar de sua história se confundir com as primeiras iniciativas de representação gráfica da informação textual ou ter seu início marcado pela utilização do computador para a construção da informação gráfica, é certo que uma infografia não é um gráfico nem um mapa. (Ribas, 2005: 3)

Desde a publicação do artigo de Ribas, a discussão sobre o assunto avançou, mas ainda há divergências com relação ao conceito. Recentemente, outras expressões que vêm sendo discutidos no jornalismo são “visualização da informação” (infovis) e “visualização de dados”. A expressão “visualização da informação” é utilizada pelo jornalista Alberto Cairo (2008, 2011) como sinônimo de infografia. Um dos nossos objetivos nesse trabalho é fazer uma diferenciação conceitual por entendermos que possuem algumas características distintas e que é importante compreendê-las para melhorar a produção de ambas. Dessa forma, buscaremos aqui discuti-los, utilizando os autores que tratam de ambos, para, ao final, delimitar especificamente como pretendemos adotá-los.

2.1. PARTICULARIDADES DA INFOGRAFIA E DA VISUALIZAÇÃO DE DADOS

As definições de visualização da informação e visualização de dados não são próprias do jornalismo. Outras áreas como Ciências da Computação e Design utilizam os conceitos em suas pesquisas. De maneira geral, os autores que tratam do tema definem a visualização como uma forma de representação visual de dados abstratos que facilita o entendimento ou permite que se descubram novas informações (Freitas et al.

2001; Manovich, 2011; Nascimento; Ferreira, 2005). Nessa “representação visual”, estão incluídos gráficos, ícones, mapas, objetos geométricos e diagramas. No jornalismo, segundo a definição de Cairo:

Visualização é aquela tecnologia plural (isto é, disciplina), que consiste em transformar dados em informação semântica – ou criar as ferramentas para que qualquer pessoa complete por si mesma dito processo – por meio de uma sintaxe de fronteiras imprecisas e em constante evolução baseada na conjugação de signos de natureza icônica (figurativos) com outros de natureza arbitrária e abstrata (não figurativos: textos, estatísticas, etc). (2011: 38)¹¹

O pesquisador afirma que infografia e visualização são conceitos sinônimos e que dão nome a uma única disciplina. De acordo com ele, ambas tratam da apresentação e exploração de dados, mas em diferentes níveis.

Ainda entre as discussões acerca da infografia, destacamos o conceito de Teixeira (2010), que compreende a infografia jornalística como modalidade discursiva ou subgênero do jornalismo informativo com a presença indissociável de texto e imagem para uma construção narrativa de algo complexo ou difícil de ser descrito em uma narrativa textual convencional. É essencialmente nesse ponto que discordamos de Cairo quando trata de visualização e infografia como sinônimos. Enquanto os infográficos jornalísticos pressupõem uma narrativa, essa característica não está presente nos conceitos de visualização de dados. Narrar aqui é entendido como “um suceder temporal encaminhado a um desfecho” e narrativas como “produtos culturais inseridos em certos contextos históricos” (Motta, 2004: 7). A narração é o modo de organizar o conteúdo da história que é contada e “também se pode perceber a narrativa latente em fotografias ou ‘imagens paradas’, nas quais se percebe bem, muitas vezes, um antes e um depois da imagem” (Vogel, 2009: 270).

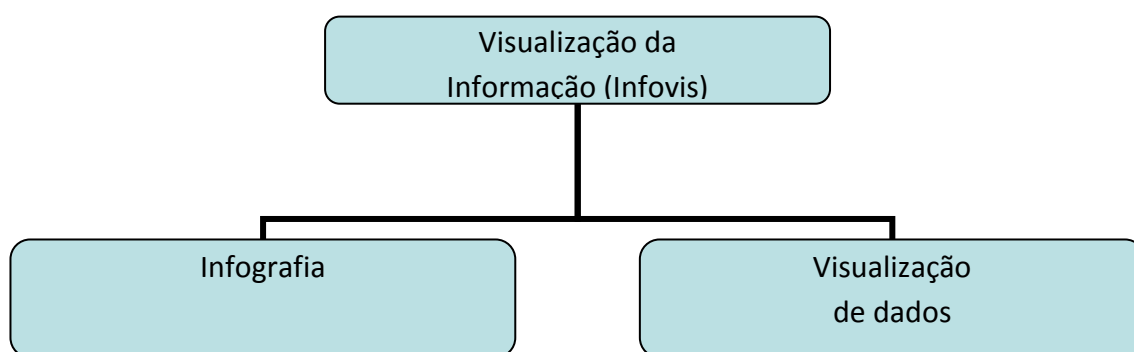
Por outro lado, os conceitos de visualização de dados pressupõem a descoberta de informações a partir de uma grande quantidade de dados numéricos, característica que não é pré-requisito na infografia.

¹¹ Versão original em espanhol: Visualización es aquella tecnología plural (esto es, disciplina) que consiste en transformar datos en información semántica – o en crear las herramientas para que cualquier persona complete por sí sola dicho proceso – por medio de una sintaxis de fronteras imprecisas y en constante evolución basada en la conjunción de signos de naturaleza icónica (figurativos) con otros de naturaleza arbitraria y abstracta (no figurativos: textos, estadísticas, etc.).

Ao discutir sobre infografia e visualização, Binsbergen (2014) apresenta uma distinção que nos parece apropriada: “infográficos contam histórias projetadas por jornalistas e designers, enquanto visualização ajuda o leitor a descobrir as histórias explorando os dados por ele mesmo”¹².

Dessa forma, observando as diferenças entre os conceitos de infografia (pressupõe uma narrativa e não necessariamente apresenta dados numéricos) e de visualização de dados (pode ter narrativa, mas não é um “pré-requisito” do conceito, além de pressupor a exploração de informação a partir de grande quantidade de dados numéricos), propomos a seguinte classificação conceitual:

Figura 9 – Teixeira e Rinaldi, no âmbito do Nupejoc, 2014



Por essa proposta, distinguimos três conceitos: visualização da informação, visualização de dados e infografia. A visualização da informação (infovis) se trata de um conjunto mais amplo, que abarca todas as formas de recursos e narrativas visuais utilizadas no jornalismo, incluindo infografia e visualização de dados e outras formas gráficas utilizadas isoladamente em matérias jornalísticas como mapas, tabelas, gráficos, etc. A infografia, por sua vez, é entendida aqui como subgênero do jornalismo informativo (Teixeira, 2010). E, por fim, a visualização de dados, é aqui entendida como “aquela que possibilita que dados brutos sejam compreendidos por meio de uma organização espacial não aleatória e planejada para facilitar a compreensão de aspectos específicos que se pretende evidenciar ou ressaltar” (Teixeira, 2013: 251).

¹² Versão original em inglês: The distinction between infographics and information visualizations can thus be seen as follows: infographics tell stories designed by journalists and designers, where information visualization helps readers discover stories by exploring through the data themselves.

Um exemplo de como o jornalismo pode utilizar a visualização para compor suas matérias são os dados disponíveis dos chamados “governo abertos” – uma tendência da atualidade, em que os órgãos públicos disponibilizam dados na internet para que qualquer pessoa possa consultá-los. Uma situação hipotética: a partir da criação de uma visualização com base em dados de gastos como empresas terceirizadas nos últimos cinco anos, por exemplo, o repórter pode observar a variação e descobrir que uma empresa “X”, sem qualquer motivo aparente, passou a receber 95% dos recursos, e iniciar uma investigação sobre o fato incomum. Essa seria a “descoberta da estrutura” definida pelos conceitos de visualização e aplicada ao jornalismo.

Na tabela 1, observamos as formas de representação visual mais comuns em visualização da informação, especialmente em visualização de dados:

Tabela 1 – Classes de representação visual (adaptada de Freitas et al. 2001)

Classes de representação visual
<u>Gráficos</u> : representação dos dados por meio de barras, pizza, linha.
<u>Ícones</u> : imagem que apresenta relação de semelhança com a realidade exterior.
<u>Objetos geométricos</u> : triângulos, quadrados, retângulos, círculos, cubos, cones.
<u>Mapas</u> : representação gráfica de determinada área
<u>Diagramas</u> : representação gráfica de um fenômeno por meio de linhas, pontos, imagens.

Os três conceitos (visualização da informação, visualização de dados e infografia) estão inseridos no chamado jornalismo visual, que utiliza imagens, palavras e design para transmitir a informação e tem a missão de explicar aos leitores o significado das informações (Harris; Lester, 2002). As mudanças dos jornais para apresentar aos leitores as notícias com mais recursos gráficos têm sido vistas como uma forma de atrair o público, numa época em que a competição com outras mídias, como a televisão e a internet, vem aumentando (Pereira Junior, 2006). Mas os autores que estudam o tema – tanto infografia quanto visualização de dados – são unânimes ao dizer que o objetivo é sempre buscar a melhor forma de apresentar os dados e não de “roubar espaço” do texto, como alguns jornalistas costumam afirmar.

Aos diferentes tipos de histórias e informações correspondem diferentes modos de codificação que não dependem necessariamente uns dos outros. A ferramenta de comunicação usada em cada caso é escolhida em função da natureza da história e o objetivo de qualquer uma delas (seja texto, gráfico, vídeo ou áudio para a Web) é sempre potencializar a compreensão dos leitores. (Cairo, 2008: 33)¹³

Na visualização de dados, Tufte (2001: 92) explica que “o princípio fundamental do bom gráfico de estatística é acima de tudo mostrar os dados. Esse princípio é a base da teoria de visualização de dados”¹⁴. O autor americano, um dos pioneiros na pesquisa sobre visualização de dados, diz que, assim com um bom editor corta as partes de um texto que são desnecessárias, da mesma forma um designer deve descartar os dados que eventualmente estejam sobrando num gráfico. Da mesma forma os autores que tratam de infografia (De Pablos, 1999; Cairo, 2008, 2011; Kanno; Brandão, 1998; Holmes, 1991) destacam a importância de se priorizar a informação.

Outro aspecto que é importante lembrar quando se fala na utilização de recursos gráficos em publicações jornalísticas é o cuidado na apuração e apresentação dos dados. Assim como no texto convencional, as informações precisam ser fieis à realidade e apresentadas de forma clara. “Quando você está olhando para a história contada pelos dados, você deve sempre questionar o que vê. Lembre, só porque são números não significa a verdade absoluta” (Yau, 2011). Yau destaca, assim como na apuração para escrever um texto ou produzir uma infografia, a etapa de checagem é uma das mais importantes na produção de visualização de dados. Do mesmo modo é preciso estar atento para não provocar falsas relações de causa e efeito, em função da análise equivocada ou tendenciosa dos dados brutos.

2.2. DIFERENÇAS CONCEITUAIS OBSERVADAS NA PRÁTICA: O CASO DA FOLHA

¹³ “A diferentes tipos de historias e informaciones les corresponden modos diferentes de codificación que no dependen necesariamente los unos de los otros. La herramienta de comunicación usada en cada caso es elegida en función de la naturaleza de la historia, y el objetivo de cualquier de ellas (sea texto, sea gráfico, sea vídeo o audio para la Web) es siempre potenciar la comprensión de los lectores.

¹⁴ “The fundamental principle of good statistical graphics: above all else show the data. The principle is the basis for a theory of data graphics” (Tufte, 2001: 92).

A partir da diferenciação conceitual entre infografia e visualização, observamos na coleta de dados da pesquisa que a maior parte das publicações gráficas no corpus estudado são visualizações de dados, como se pode observar nos gráficos 4 e 5:

Gráfico 4 – Classificação do tipo de infovis publicadas pelo jornal *Folha de S.Paulo* entre julho e outubro de 2011.

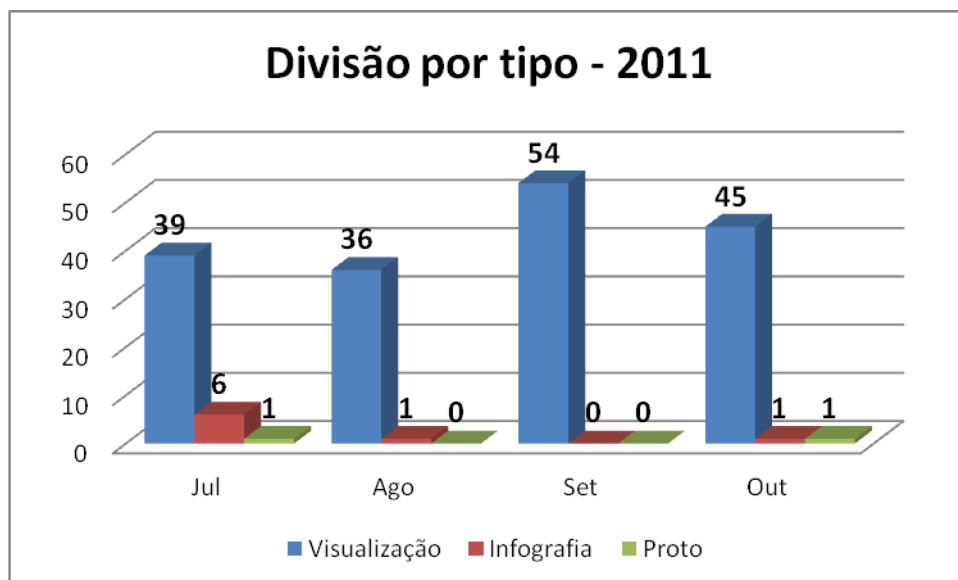
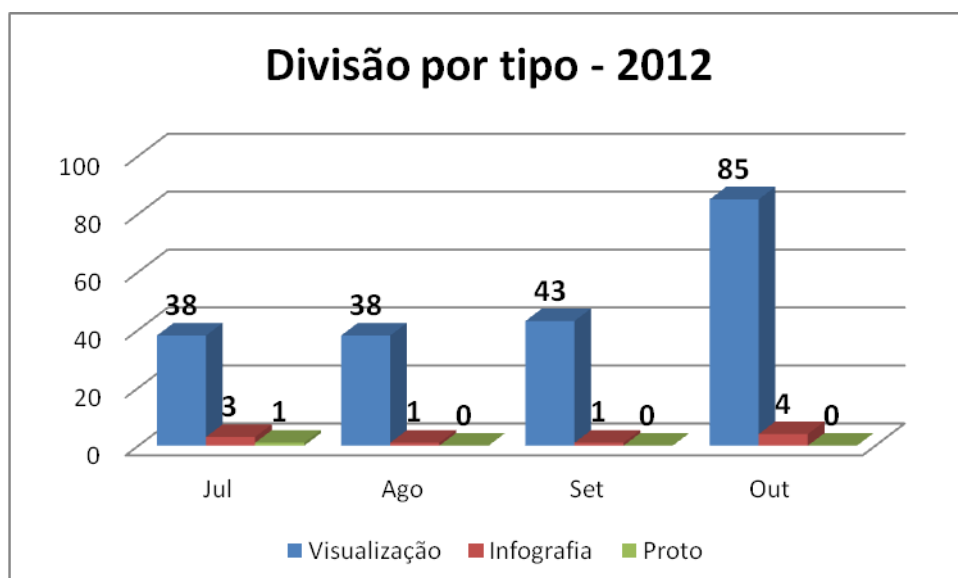


Gráfico 5 – Classificação do tipo de infovis publicadas pelo jornal *Folha de S.Paulo* entre julho e outubro de 2012.



Observamos dois pontos principais que explicam esse resultado. O primeiro deles refere-se ao conteúdo da informação apresentada a partir de infovis. A grande maioria contempla dados numéricos. Nos dois anos analisados, 60 das 398 infovis (ou 15% do total) apresentavam dados de pesquisas eleitorais, a partir de diferentes aspectos singulares. O mais comum nesses casos é a evolução das intenções de votos dos candidatos e a avaliação positiva e negativa dos governos. Mas, com a grande quantidade de dados coletados pelos institutos de pesquisa – especialmente o Datafolha, que é de propriedade do mesmo grupo da *Folha de S.Paulo* –, outras descobertas de relações e padrões (Manovich, 2011; Yau, 2011) foram feitas pelo jornal, como por exemplo, a divisão das intenções de votos por regiões da cidade, a relação entre o voto no candidato X ou Y e a orientação ideológica do eleitor (conservador ou liberal) e a segunda opção de voto dos eleitores. Os temas relacionados às eleições estiveram presentes com mais frequência em 2012, por ser ano de ano de pleito para escolha de prefeitos e vereadores, mas, em menor escala, o assunto também foi encontrado em infovis publicadas em 2011.

No exemplo das figuras 10 e 11, o gráfico de barras mostra a previsão de gastos dos candidatos a prefeito de São Paulo em 2012. As informações são únicas desta campanha, mas precisam ser contextualizadas, tanto que, ao lado do próprio gráfico, há algumas informações extraídas do texto que ajudam o leitor a entender os números caso ele não leia a matéria completa.

Figura 10 – Reportagem com visualização de dados publicada no dia 05/07/2012, página A5.

eleições 2012

Candidatos projetam gastar o triplo de 2008

Campanhas de Serra, Haddad e Chalita estimam custo de até R\$ 258 milhões, 162% a mais que o da última eleição

Partidos afirmam que custo de TV e expectativa de ida para o 2º turno em SP explicam aumento

DE SÃO PAULO

Os candidatos à Prefeitura de São Paulo que comandam as principais coligações na disputa definiram um limite de gastos na campanha que totaliza R\$ 258 milhões. Na comparação com a eleição de 2008, o aumento é de 162%, já descontada a inflação.

José Serra (PSDB) informou ontem à Justiça Eleitoral que gastará até R\$ 98 milhões. De acordo com a última pesquisa Datafolha, ele lidera a disputa com 31% das intenções de voto.

Fernando Haddad (PT) apresentará estimativa de R\$ 90 milhões —o prazo final para registro é hoje. Gabriel Chalita (PMDB) fixou seu teto de gastos em R\$ 70 milhões. Os dois têm 6% das intenções de voto.

Integrantes de duas das campanhas relataram à **Folha** um acordo informal para a fixação de altas estimativas de gasto na corrida eleitoral.

Na eleição passada, as projeções de custos Gilberto Kassab, então no DEM, Marta Suplicy (PT) e Geraldo Alckmin (PSDB) somavam R\$ 80 milhões. No final, as três campanhas declararam ter gasto R\$ 67 milhões. Kassab, o vencedor, previa R\$ 30 milhões e gastou R\$ 29,7 milhões.

COMPETIÇÃO

“Vai ser uma campanha competitiva. A projeção [de gastos] vale para o primeiro e o segundo turno. Por isso, quem tem perspectiva de chegar até o segundo turno estipula gastos maiores, inclusive por conta dos custos de programas de TV”, disse o coordenador de imprensa do comitê tucano, Fábio Portela.

O tesoureiro da campanha petista, Chico Macena, classificou como “natural” a elevação dos gastos. “Isso não quer dizer que vamos gastar toda a meta”, afirmou.

Macena disse não ver relação entre o aumento dos gastos e a escolha de um candidato pouco conhecido, que precisará investir pesado para construir sua imagem.

O advogado do PMDB, Ricardo Vita Porto, diz que a expectativa de gastos de Chalita reflete a crença de que ele estará no segundo turno. Para o deputado estadual Jojão Hato (PMDB), o custo da cam-

panha de TV contribui para o aumento das previsões.

PT e PSDB optaram por marqueteiros que polarizaram a eleição presidencial de 2010: João Santana e Luiz Gonzales, que atuaram para Dilma Rousseff e Serra.

O candidato Celso Russomanno (PRB), 24% no Datafolha, não havia finalizado suas previsões de gastos até ontem. (FLÁVIO FERREIRA, BERNARDO MELLO FRANCO, DANIELA LIMA E DIOGENES CAMPANHA)

O PREÇO DO PODER

Gastos de campanha disparam na corrida à Prefeitura de São Paulo

NA ELEIÇÃO DE 2008*

Em R\$ milhões

■ Previsão de gastos

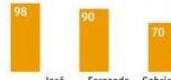
■ Gastos efetivos



* Valores da época, não corrigidos pela inflação

NA ELEIÇÃO DE 2012

Previsão de gastos, em R\$ milhões



Entenda

Previsão dos gastos, definida pelos próprios candidatos, é o teto que as campanhas poderão gastar

Comparativo

Em valores corrigidos pelo IPCA, previsão dos gastos em 2012 é 162% maior do que em 2008

Motivo

Altos custos com produção de TV, rádio e contratação de marqueteiros foram apontados como algumas das razões do aumento

UNIP
UNIVERSIDADE PAULISTA

COMPLETA E ATUALIZADA
ESTRUTURA UNIVERSITÁRIA

2.º semestre
2012

Processo Seletivo INSCRIÇÕES ABERTAS

PROVA TRADICIONAL: PRÓXIMO SÁBADO, 07/07/12, ÀS 14H, DOMINGO, 08/07/12, ÀS 9H30, TERÇA-FEIRA, 10/07/12, ÀS 19H30 E QUINTA-FEIRA, 12/07/12, ÀS 19H30

PROVA POR AGENDAMENTO: DE SEGUNDA A SÁBADO

CURSOS SUPERIORES TRADICIONAIS

- Administração
- Arquitetura e Urbanismo
- Biomedicina
- Ciência da Computação
- Ciências Biológicas (Licenciatura e Bacharelado)
- Ciências Contábeis
- Ciências Econômicas
- Engenharia (Civil, de Computação, de Produção Mecânica, Elétrica, Mecânica, Mecatrônica)
- Farmácia
- Fisioterapia
- Hotelaria
- Jornalismo
- Letras
- Nutrição
- Odontologia
- Pedagogia
- Propaganda e Marketing
- Psicologia
- Publicidade e Propaganda
- Relações Internacionais
- Secretariado Executivo

GRADUAÇÃO
PÓS-GRADUAÇÃO

Presencial
A Distância
Semipresencial

PARCEIRIAS COM
UNIVERSIDADES
DAS AMÉRICAS,
DA EUROPA E
DA ÁSIA:

ARGENTINA
BOLÍVIA
CHILE
COLÔMBIA
CUBA
ESPAÑA
EUA
FINLÂNDIA
HOLANDA

Figura 11 – Detalhes da visualização de dados publicada no dia 05/07/2012, página. A5.



Outros assuntos frequentes no jornal, que envolvem grandes quantidades de dados números, justificando a maior utilização de visualização de dados em vez de infografia foram: investimentos públicos, inflação, juros e taxa Selic e entrada ou valorização do dólar no país.

O segundo ponto para explicar a maior presença de visualização de dados em relação à infografia é o tipo de recurso gráfico utilizado. A maior parte das infovis analisadas utiliza gráficos (de barras, de linha ou de pizza). Observamos que esses recursos, de forma isolada, não contemplam uma narrativa e, por isso, não podem ser classificados como infografia.

Já nas infografias identificadas ao longo da pesquisa, a maior parte não trata de assuntos que envolvam números, mas buscam explicar algo de forma visual como, por exemplo: 1) o esquema do mensalão, 2) como foi o tratamento de Lula para o tumor na laringe, 3) os 80 anos da revolução de 1932 e 4) o esquema de corrupção na prefeitura de Campinas.

No exemplo das figuras 12 a 14, observamos uma reportagem publicada no dia 29 de outubro de 2012, sobre a vitória do candidato Fernando Haddad (PT) na disputa pela prefeitura de São Paulo. O texto da matéria fala sobre a aproximação do eleito com a presidente Dilma Rousseff, que é do mesmo partido. A página é ilustrada com um infográfico detalhado do gabinete da prefeitura do município, onde Haddad passaria a trabalhar depois da posse, em janeiro de 2013. Nesse caso, a infografia cumpre a função de contextualizar o que está sendo noticiado, de apresentar uma curiosidade e ilustrar a reportagem.

DE ONDE O PREFEITO GOVERNA A CIDADE

Edifício Matarazzo
O prédio que hoje abriga a Prefeitura de São Paulo foi inaugurado em 1939 para ser a sede das Indústrias Reunidas Matarazzo.

A construção
Revestido de mármore travertino italiano, com detalhes em madeira, ele possui 14 andares, sendo o último um jardim suspenso, e 27.800 de área construída.

Sede da prefeitura
A mudança da sede da prefeitura fazia parte de um plano de revitalização do centro e recebeu, além de Kassab, a ex-prefeita Maria Suplicy.

O edifício foi cedido à prefeitura como parte da negociação de uma dívida de R\$ 885 milhões que a extinta CMT (Companhia Municipal de Transportes Coletivos) tinha com o banco Banespa.

ONDE FICA



PLANTA DO 5º ANDAR



Sala reservada

Além de um armário no qual o prefeito guarda troféus, presentes como camisas de futebol autografadas e homenagens, há uma mesa redonda na qual ele almoça na maioria dos dias.

Sala de reuniões

No quarto andar do prédio fica a cozinha. Lá é preparado o menu que será servido nesse espaço para os convidados do prefeito.

Gabinete do prefeito

É o local onde o prefeito fica a maior parte do tempo despachando. Tem uma mesa com três computadores e pequenos objetos pessoais. Há uma área para receber visitas.



Para entrar é preciso estar cadastrado no sistema de segurança que funciona com biometria.

Resultado em SP aproxima Kassab da gestão Dilma

Prefeito indica nome para transição e deve agora distanciar-se do PSDB

PSD deve compor base aliada no Congresso e quer ministério; fusão com o PP de Maluf também é cogitada

DE SÃO PAULO

A derrota de José Serra vai sacramentar o divórcio de Gilberto Kassab com o PSDB. Sob o comando do prefeito de São Paulo, o PSD deve anunciar no início de 2013 o apoio à reeleição da presidente Dilma Rousseff em 2014.

A aliança Serra-Kassab foi selada para as eleições municipais paulistanas de 2004, quando o tucano foi eleito prefeito. Em abril de 2006, com a renúncia de Serra para concorrer ao governo do Estado, Kassab tomou posse.

Segundo aliados, Kassab aponta como "irreversível" seu alinhamento ao governo Dilma, compondo a base aliada no Congresso e também a equipe ministerial. Na mira do PSD, estão as pastas dos Transportes e das Cidades.

Em retribuição ao apoio do PSD a Dilma, Kassab espera não ser alvo de ataques nem devassa durante a transição de seu governo para as mãos

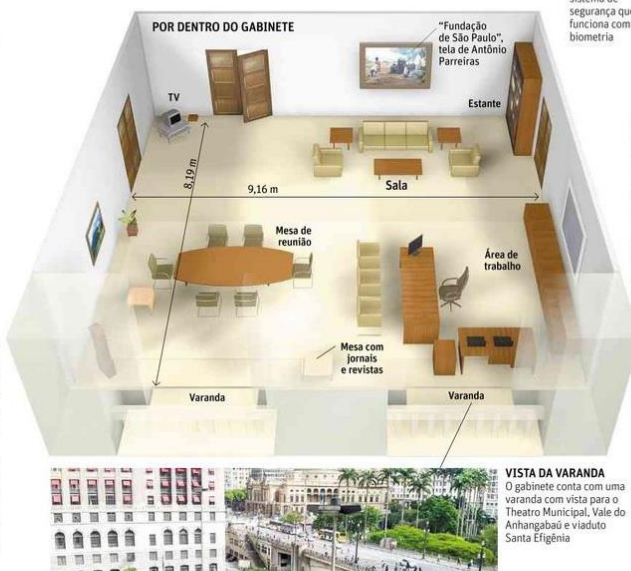
de Fernando Haddad. Ontem, o prefeito anunciou o secretário municipal de Governo, Nelson Hervey, como o coordenador do grupo de transição por parte da atual gestão. Mais do que colaborar com dados, disse Kassab, ele pretende "estar muito próximo" do sucessor.

Com o governador Geraldo Alckmin (PSDB), o prefeito mantém relação protocolar. No Estado, Kassab pode concorrer ao Senado ou a vice-governador numa chapa que abraço espaço a ele, ostentando o sonho de comandar o Palácio dos Bandeirantes.

FUSÃO COM MALUF
Kassab também poderia articular uma fusão de seu PSD com o PP, presidido em São Paulo pelo deputado federal Paulo Maluf, seu ex-aliado.

"É um bom quadro [Kassab], homem jovem, com futuro. Gosto muito dele", disse Maluf ontem. "Mas a fusão de partidos depende de muita conversa, principalmente em Brasília, com senadores e bancada de deputados."

A ideia de fusão enfrenta no Senado a oposição de Ana Amélia (PP-RS) e de Francisco Dornelles (PP-RJ), presidente nacional do PP.



O PREFEITO
Salário
R\$ 24.117,62

63 seguranças (atendem todo o gabinete do prefeito)

2 helicópteros (atendem o prefeito e a Secretaria das Subprefeituras)

26 carros (atendem todo o gabinete do prefeito e a Secretaria de Governo)

A PREFEITURA EM NÚMEROS

155 mil funcionários

29 Secretarias

31 Subprefeituras

8 Empresas

3 Autarquias

16 Conselhos municipais

R\$ 69,2 bi

R\$ 42,0 bi

Orçamento

Dívida

Figura 13 – Detalhe 1 da infografia publicada no dia 29/10/2012, página 8 Eleições.

DE ONDE O PREFEITO GOVERNA A CIDADE

Edifício Matarazzo
O prédio que hoje abriga a Prefeitura de São Paulo foi inaugurado em 1939 para ser a sede das Indústrias Reunidas Matarazzo.

A construção
Revestido de mármore travertino italiano, com detalhes em madeira, ele possui 14 andares, sendo o último um jardim suspenso, e 27.800 de área construída.

Sede da prefeitura
A mudança da sede da prefeitura fazia parte de um plano de revitalização do centro e recebeu, além de Kassab, a ex-prefeita Marta Suplicy.

O edifício foi cedido à prefeitura como parte da negociação de uma dívida de R\$ 885 milhões que a extinta CMT (Companhia Municipal de Transportes Coletivos) tinha com o banco Banespa.

ONDE FICA



PLANTA DO 5º ANDAR



Sala reservada

Além de um armário no qual o prefeito guarda troféus, presentes como camisas de futebol autografadas e homenagens, há uma mesa redonda na qual ele almoça na maioria dos dias.

No quarto andar do prédio fica a cozinha. Lá é preparado o menu que será servido nesse espaço para os convidados do prefeito.

Sala de reuniões

É o espaço no qual o prefeito recebe pessoas de sua equipe para reuniões maiores. Há um quadro de Tomie Ohtake e 32 telões pelos quais ele pode monitorar a cidade.

É possível observar o trânsito, previsão do tempo, controlar os piscinões e as salas de espera dos AMAs, além das obras dos estádios do Corinthians e do Palmeiras.

Gabinete do prefeito

É o local onde o prefeito fica a maior parte do tempo despachando. Tem uma mesa com três computadores e pequenos objetos pessoais. Há uma área para receber visitas.



Para entrar é preciso estar cadastrado no sistema de segurança que funciona com biometria.

Figura 14 – Detalhe 2 da infografia publicada no dia 29/10/2012, página 8 Eleições.

Resultado em SP aproxima Kassab da gestão Dilma

Prefeito indica nome para transição e deve agora distanciar-se do PSDB

PSD deve compor base aliada no Congresso e quer ministério; fusão com o PP de Maluf também é cogitada

DE SÃO PAULO

A derrota de José Serra vai sacramentar o divórcio de Gilberto Kassab com o PSDB. Sob o comando do prefeito de São Paulo, o PSD deve anunciar no início de 2013 o apoio à reeleição da presidente Dilma Rousseff em 2014.

A aliança Serra-Kassab foi selada para as eleições municipais paulistanas de 2004, quando o tucano foi eleito prefeito. Em abril de 2006, com a renúncia de Serra para concorrer ao governo do Estado, Kassab tomou posse. Segundo aliados, Kassab aponta como "irreversível" seu alinhamento ao governo Dilma, compondo a base aliada no Congresso e também a equipe ministerial. Na mira do PSD, estão as pastas dos Transportes e das Cidades.

Em retribuição ao apoio do PSD a Dilma, Kassab espera não ser alvo de ataques nem devassa durante a transição de seu governo para as mãos

de Fernando Haddad.

Ontem, o prefeito anunciou o secretário municipal de Governo, Nelson Hervey, como o coordenador do grupo de transição por parte da atual gestão. Mais do que colaborar com dados, disse Kassab, ele pretende "estar muito próximo" do sucessor.

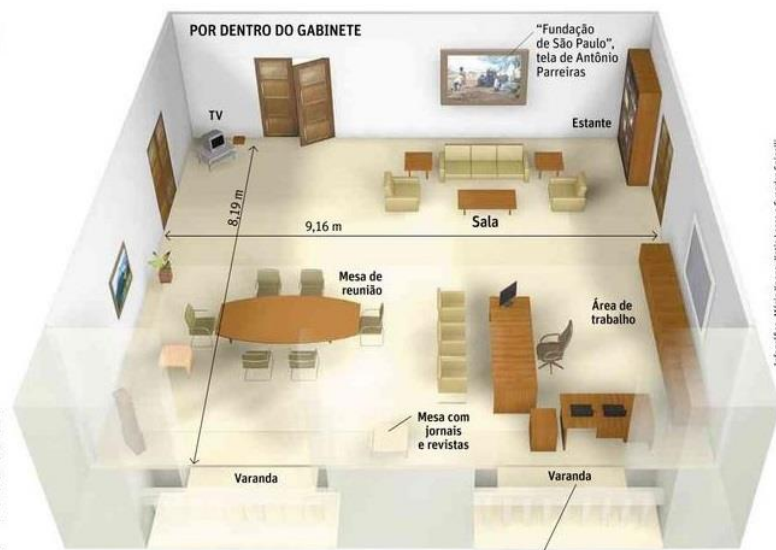
Com o governador Geraldo Alckmin (PSDB), o prefeito mantém relação protocolar. No Estado, Kassab pode concorrer ao Senado ou a vice-governador numa chapa que abra espaço a ele, ostentando o sonho de comandar o Palácio dos Bandeirantes.

FUSÃO COM MALUF

Kassab também poderia articular uma fusão de seu PSD com o PP, presidido em São Paulo pelo deputado federal Paulo Maluf, seu ex-aliado.

"É um bom quadro [Kassab], homem jovem, com futuro. Gosto muito dele", disse Maluf ontem. "Mas a fusão de partidos depende de muita conversa, principalmente em Brasília, com senadores e bancada de deputados."

A ideia de fusão enfrenta no Senado a oposição de Ana Amélia (PP-RS) e de Francisco Dornelles (PP-RJ), presidente nacional do PP.



Infográfico: Mário Kanno, Katia Lessa e Evandro Spinelli



VISTA DA VARANDA
O gabinete conta com uma varanda com vista para o Theatro Municipal, Vale do Anhangabaú e viaduto Santa Efigênia

O PREFEITO

Salário
R\$ 24.117,62

63 seguranças
(atendem todo o gabinete do prefeito)

2 helicópteros
(atendem o prefeito e a Secretaria das Subprefeituras)

26 carros
(atendem todo o gabinete do prefeito e a Secretaria de Governo)

A PREFEITURA EM NÚMEROS

155 mil funcionários

29 Secretarias

31 Subprefeituras

8 Empresas

3 Autarquias

16 Conselhos municipais



No próximo exemplo (figuras 15 e 16), a reportagem fala sobre os desafios que o candidato que assumir a prefeitura de São Paulo terá que enfrentar na educação. A infografia traz uma série de informações singulares e particulares sobre o assunto, de forma que o leitor possa ter uma visão mais ampla. O texto da reportagem acrescenta outros dados e apresenta as propostas de cada candidato, mas se a pessoa que tiver o jornal nas mãos quiser se ater apenas à parte gráfica, conseguirá ter um entendimento minimamente contextualizado a partir da narrativa. O exemplo ilustra como a infografia pode também utilizar dados numéricos que, somados a outros recursos, constroem uma narrativa.

Figura 15 – Reportagem com infografia publicada no dia 15/09/2012, página A16.

eleições 2012

DESAFIOS DE SÃO PAULO

Próximo prefeito terá que decidir se vai **expandir** ou não os **CEUs** e encerrar debate sobre a **divisão** dos custos dos **escolões**, cada vez mais altos

FÁBIO MAZZITELLI
DIÓGENES CAMPANHIA
DE SÃO PAULO

Criado como escola-modelo para revitalizar áreas da periferia da capital, o CEU (Centro Educacional Unificado) se firmou como política pública nas três últimas gestões, tornou-se uma rede de 45 escolões, e o rumo desse modelo deve determinar o desenho da educação municipal nos próximos anos.

O futuro prefeito vai definir se a cidade investirá na expansão de CEUs, como propõem Celso Russomanno e Fernando Haddad, ou se o melhor é aproveitar ao máximo a estrutura já em funcionamento, como sugerem José Serra e Gabriel Chalita.

A questão principal em torno dessas propostas é se o orçamento da educação, cerca de R\$ 7 bilhões por ano, é de absorver o aumento de custos de nova onda de CEUs.

A gestão Marta Suplicy (PT) construiu 21 escolões, o primeiro em agosto de 2003, e as duas gestões Gilberto Kassab (PSD) ergueram outros 24. Hoje, um em cada dez alunos da rede paulistana estuda em CEU, ou 84,6 mil dos 854,3 mil matriculados no ensino regular (educação infantil e ensino fundamental).

O escolão reúne no mesmo terreno creche, pré-escola e ensino fundamental e oferece atividades extras apoiadas na estrutura multiuso, com piscina, quadra, oficinas de artes e teatro e área verde.

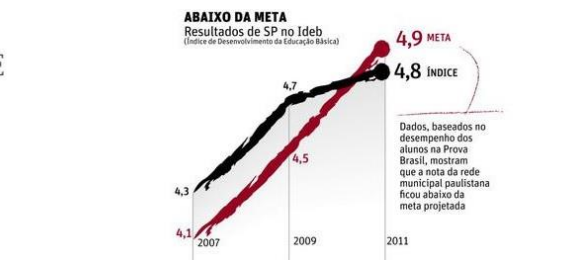
A julgar pelas últimas unidades entregues, a construção de um CEU custa o sétuplo de uma escola fundamental — o CEU Formosa, na zona leste, custou R\$ 29 milhões, e a última escola construída, R\$ 4,4 milhões.

Haddad já estima em R\$ 40 milhões o custo de um novo escolão — hoje, não há CEU no plano de obras em curso.

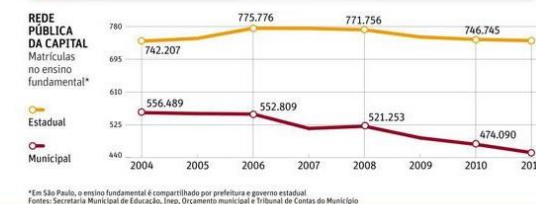
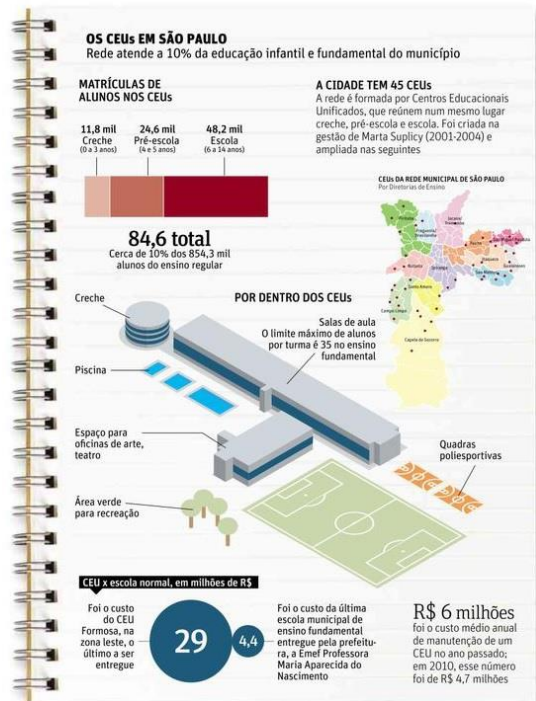
Construção mais cara, o escolão tem custo de manutenção crescente. Relatório do TCM (Tribunal de Contas do Município) indica que R\$ 271,5 milhões foram gastos na operação dos 45 CEUs em 2011, ou R\$ 6 milhões por unidade. Em 2010, quando funcionavam 43 unidades, esse número foi de R\$ 4,7 milhões.

De 2008 a 2011, cita o TCM, o custo anual médio por aluno na rede municipal subiu de R\$ 4.948 para R\$ 7.692. Hoje, segundo a Secretaria Municipal da Educação, os recursos de manutenção de todas as escolas provêm da pasta, com exceção de parcerias feitas em CEUs, uma com o Projeto Guri para educação musical e outra com o Centro Paula Souza e o Senac, com turmas de ensino técnico.

“Onde tem CEU há um trabalho muito interessante, outra relação com a comunidade. É um centro comunitário com escolas”, afirma Priscila



QUEM PAGA A CONTA DA nova escola



Fonseca da Cruz, diretora-executiva do Todos Pela Educação, favorável a dividir a conta do CEU entre pastas que dele se beneficiam. “Se puser muito recurso [em CEU], pode faltar a outras escolas e aumentar a desigualdade. O impacto da estrutura física no ensino é relativo. Há chance maior de a escola ser boa se for menor.”

Os candidatos que propõem a construção de novos CEUs seguem a ideia de “quanto mais, melhor”, sem pôr em discussão o rateio do custeio do escolão. “Parte do custeio do CEU poderia ser entregue à Saúde (criando um serviço da área). Era a ideia no início”, diz Fernando José de Almeida, secretário da educação na gestão Marta (2001-2004) e defensor de mais escolões. “A escola brasileira tem de cumprir um papel social que a escola na Suécia não tem.”

Os candidatos que não propõem a expansão indicam que o caminho é explorar mais os serviços que o escolão tem potencial para oferecer. José Serra, por exemplo, fala na ampliação de parcerias para o ensino técnico. “O CEU virou uma marca da cidade e é usado como propaganda [política], mas você não vai ter um teatro em cada escola. É preciso pensar uma política curricular integrada e mudar as práticas internas das escolas”, diz Ociomar Alavarse, professor da Faculdade de Educação da USP.

QUALIDADE DO ENSINO
No sentido da melhoria da qualidade na educação, a prefeitura fez dois movimentos que se tornaram bandeiras da atual gestão. Um deles foi o fim das escolas “de lata”, construções de improvisos erguidas nos anos 1990 para acomodar a demanda. O outro foi ampliar a jornada das escolas a cinco horas diárias de aula no fundamental e seis na pré-escola, eliminando o turno intermediário (11h às 15h), que limitava a quatro horas o tempo dos períodos matutino e vespertino. Apesar da reorganização física, o desempenho da rede municipal ficou abaixo da

meta no último Ideb (Índice de Desenvolvimento da Educação Básica), índice federal baseado na Prova Brasil. Rio e Belo Horizonte têm 5,4 e 5,6 no Ideb, respectivamente, contra 4,8 de São Paulo. A gestão Kassab diz que “a rede estava sucateada e teve de ser recuperada antes de começar a dar resultados” e que houve melhora no Ideb, apesar de não atingir a meta. O ensino fundamental municipal tem 49,7 mil estudantes. A educação infantil, na qual o debate é a fila de 145 mil crianças à espera de vagas em creches, tem 394,6 mil, entre creche (210,2 mil) e pré-escola (184,4 mil).

A REDE MUNICIPAL



R\$ 7 bilhões

foi o valor gasto com educação em 2011

R\$ 2.600

é o salário inicial de um professor com licenciatura plena e jornada de 40 horas semanais; a rede tem cerca de 59 mil professores

AS PROMESSAS DOS CANDIDATOS

RUSSOMANNO (PRB)

- > Ampliar a oferta de vagas e fazer 30 CEUs
- > Revisar o regime de progressão continuada
- > Fazer e ampliar creches, com a construção de mais um andar nos prédios atuais

SERRA (PSDB)

- > Implantar rede de ensino técnico e profissionalizante
- > Bolsas para cursos técnicos em instituições particulares, no Senac e no Senai
- > Ensino técnico e de idiomas em todos os CEUs
- > Ampliar o tempo na escola de 5 para 7 horas e a recuperação paralela
- > Criar a Escola Municipal de Formação de Professores
- > Fazer creches perto ou nas estações de metrô e trem

HADDAD (PT)

- > Construir mais 20 CEUs
- > Acabar com a fila de espera na pré-escola e ampliar o atendimento em creches
- > Implantar polo de formação superior dos profissionais da educação nas subprefeituras

CHALITA (PMDB)

- > Construir 1.200 creches e abrir 150 mil novas vagas
- > Abrir as escolas de ensino fundamental à comunidade e centro de formação continuada para os professores
- > Ampliar a jornada dos estudantes e implantar o ensino técnico nas escolas
- > Criar o Programa de Acolhimento Infantil e implantá-lo nos CEUs
- > Bilhete Único da educação

SONINHA (PPS)

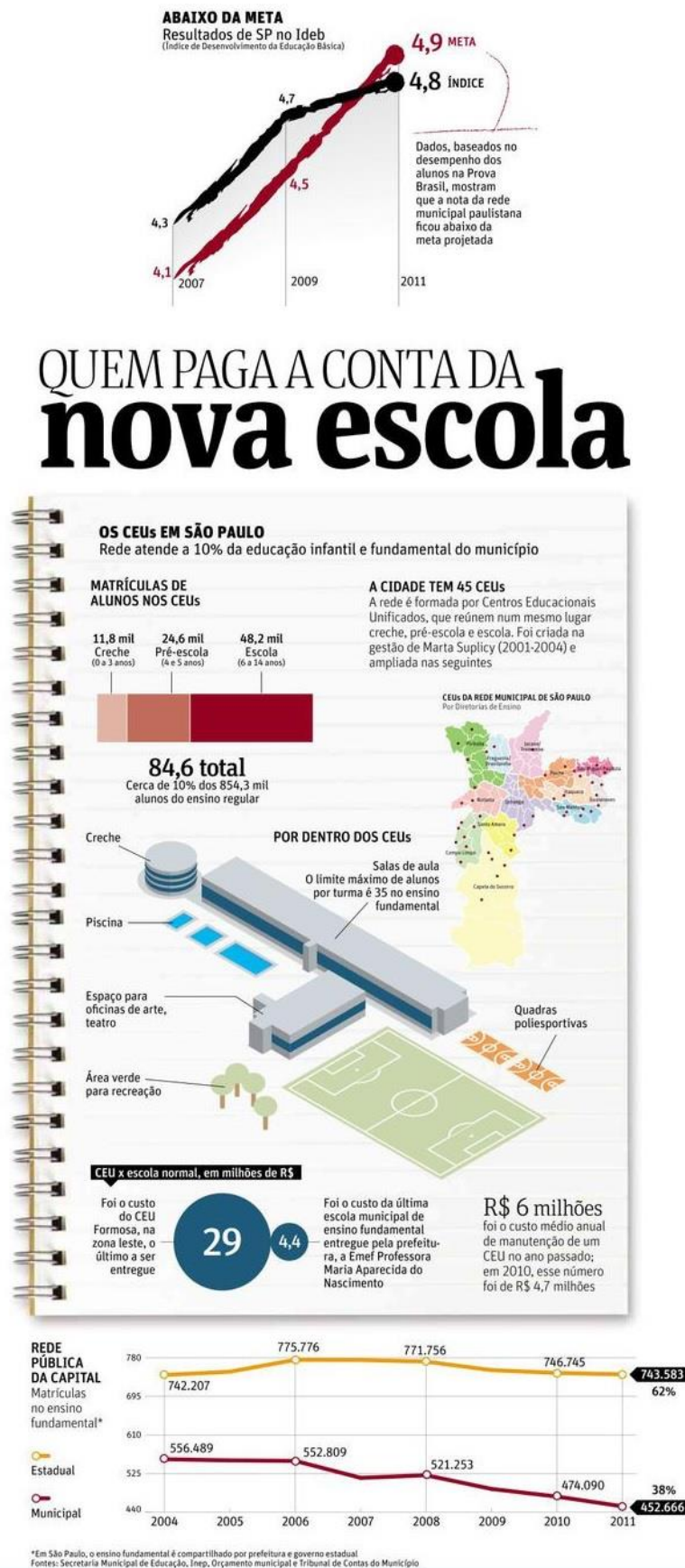
- > Comprar vagas em creches particulares e contratar mães crecheiras
- > Estabelecer critérios de bonificação para profissionais da educação
- > Mutirão para acabar com o analfabetismo funcional e a defasagem de aprendizagem
- > Integrar os CEUs a outras escolas e garantir atividades à comunidade

PAULINHO (PDT)

- > Acabar com o modelo de progressão continuada
- > Zerar o déficit de vagas em creche e pré-escola
- > Implantar a educação em período integral nos CEUs, com atividades complementares, e aumentar cursos de capacitação profissional

Colaborou FÁBIO TAKAHASHI

Figura 16 – Detalhe da infografia publicada no dia 15/09/2012, página A16.

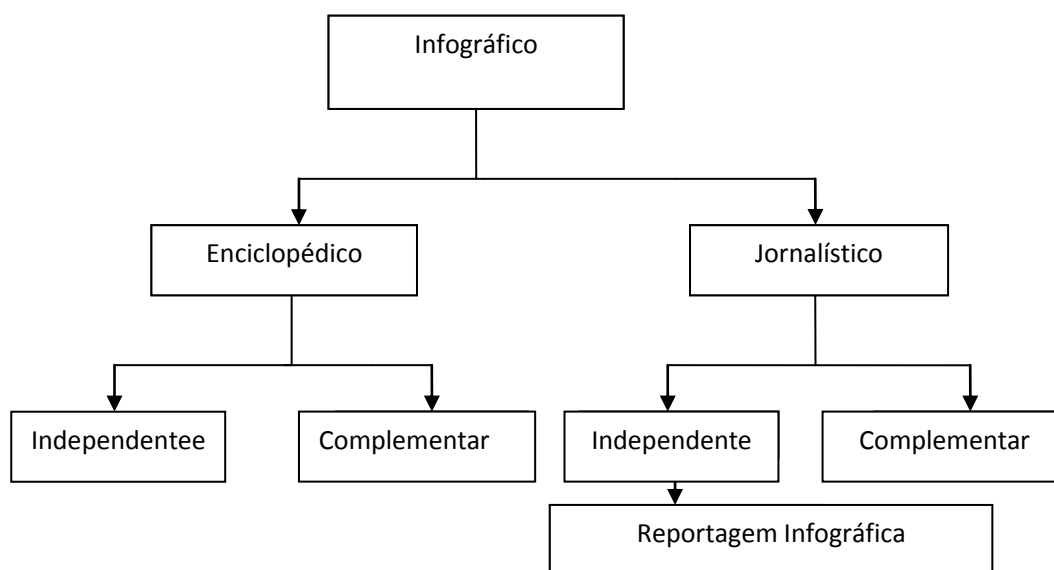


2.3. CARACTERÍSTICAS DAS INFOVIS PUBLICADAS A FOLHA DE S.PAULO

Para compreender as características das infovis publicadas no jornal estudado, uma das análises feitas durante a pesquisa contempla o conteúdo das publicações. Utilizamos uma tipologia elaborada no âmbito do Nupejoc, que divide os infográficos publicados em jornais nas categorias: “jornalístico” e “enciclopédico” (Teixeira, 2010). Os infográficos jornalísticos são aqueles que tratam de informações singulares, ou seja, aquela informação que, segundo Genro Filho (1987), caracteriza o jornalismo como forma de conhecimento. Essa característica da informação jornalística é descrita também por Groth (2011), quando o pesquisador alemão fala da “universalidade do jornal”. De acordo com Groth, os periódicos devem tratar dos “mundos diante de si determinados subjetivamente, ou seja, o que cai de alguma maneira no círculo de visão do leitor”, são assuntos que interessem ao público, que tenham alguma relação com ele.

Ainda segundo Groth (2011), é “desnecessária é a mediação do que é desde o começo natural e cotidiano, do que é totalmente insignificante e sem mais nem menos previsível e vivenciável”. Nesse ponto o pesquisador se refere ao que tratamos como conteúdo enciclopédico, aquele que para Genro (1987) trata de informações particulares ou universais, não singulares. As infografias enciclopédicas, quando acompanham um texto jornalístico, contribuem na contextualização da notícia ou reportagem, mas não são, elas mesmas, as informações jornalísticas da notícia em questão.

Figura 17 – Tipografia elaborada no âmbito do Nupejoc (Teixeira, 2010: 42)



Utilizamos na pesquisa a mesma classificação para a análise de infografias e visualizações de dados. Tendo em vista essa divisão, dos 184 infovis (infografias e visualizações) publicados em 2011 e dos 214 em 2012, observamos que a maior parte é de conteúdo jornalístico – 79% em 2011 e 92% em 2012 – como podemos observar nos gráficos 6 e 7:

Gráfico 6 – Classificação do conteúdo das infovis publicadas pelo jornal *Folha de S.Paulo* entre julho e outubro de 2011.

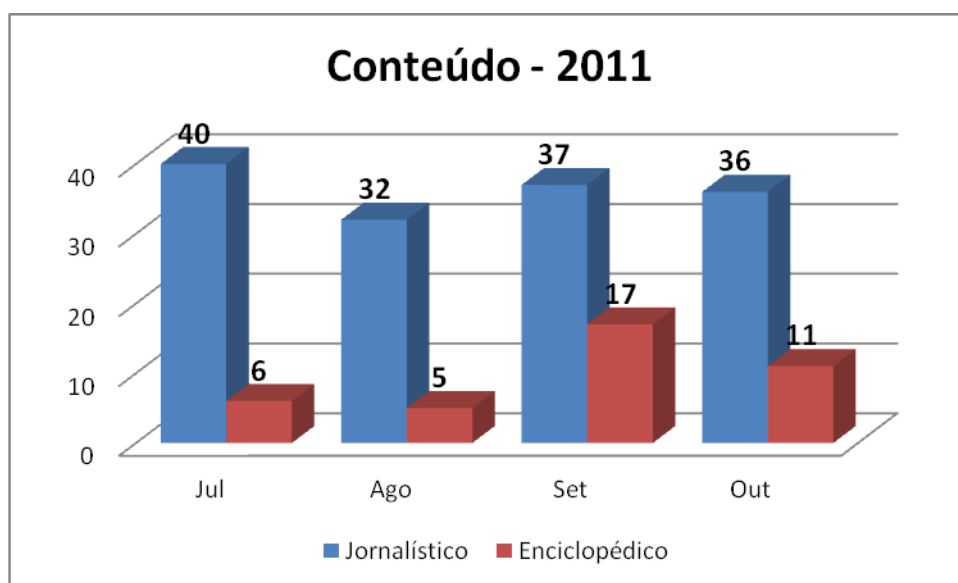
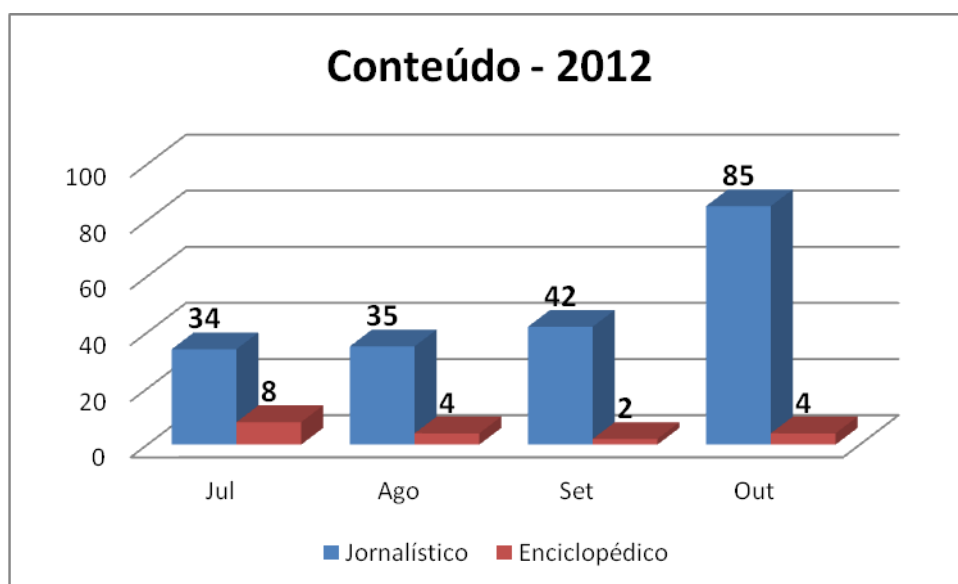


Gráfico 7 – Classificação do conteúdo das infovis publicadas pelo jornal *Folha de S.Paulo* entre julho e outubro de 2012.



Nas figuras 18 e 19 temos um exemplo de infovis jornalística. A reportagem mostra os candidatos barrados pela lei chamada Ficha Limpa. Trata-se de um aspecto singular das eleições, segundo o conceito de Genro Filho (1987), em primeiro lugar porque o pleito 2012 foi o primeiro em que a nova legislação passou a valer.

Desde então, candidatos condenados por tribunais colegiados ficam inelegíveis para cargos públicos. Outro dado singular são os próprios números apresentados. São informações que se referem exclusivamente às eleições de 2012. Avaliando sob a perspectiva de Groth (2011), pode ser considerado dentro da característica de universalidade da Ciência dos Jornais também por tratar-se de um assunto do “mundo diante de si” dos leitores do periódico, tema importante para que os eleitores tenham conhecimento e tomem posição.

Justiça barra 317 candidatos a prefeito que têm ficha suja

PSDB reúne o maior número de políticos afetados pelas decisões dos TREs

Eleição deste ano marca entrada em vigor da Lei da Ficha Limpa; candidatos ainda podem recorrer ao TSE

DANIEL CARVALHO
VALMAR HUPSEL FILHO
DE SÃO PAULO

Os TREs (Tribunais Regionais Eleitorais) barraram até agora a candidatura a prefeito de 317 políticos com base na Lei da Ficha Limpa, mostra levantamento da **Folha** nos 26 Estados do país.

O número deve aumentar, já que em 16 tribunais ainda há casos a serem julgados. Entre os fichas-suja, 53 estão no Estado de São Paulo.

Na divisão por partido, o PSDB é o que possui a maior "bancada" de barrados, com 56 candidatos — o equivalente a 3,5% dos tucanos que disputam uma prefeitura. O PMDB vem logo atrás (49). O PT aparece na oitava posição, com 18, 1% do total de seus postulantes a prefeito.

Todos os candidatos barrados pelos tribunais regionais podem recorrer ao TSE (Tribunal Superior Eleitoral). A presidente do tribunal, Cármen Lúcia, já disse que não será possível julgar todos os casos antes das eleições, mas sim até o final do ano, antes da diplomação dos eleitos.

Os nomes barrados pelos TREs irão aparecer nas urnas eletrônicas, mas todos os seus votos serão considerados sub judice até uma eventual decisão no TSE.

Exemplo: se o ficha-suja tiver mais votos, mas seu recurso for rejeitado, assume o segundo colocado na eleição.

Entre os barrados, destacam-se o ex-presidente da Câmara dos Deputados Severino Cavalcanti (PP-PE) e a ex-governadora Rosinha Garotinho (PR-RJ).

Severino tenta se reeleger prefeito de João Alfredo (PE) e foi enquadrado na lei por ter renunciado ao mandato de deputado federal, em 2005, sob a acusação de ter recebido propina de um concessionário da Câmara.

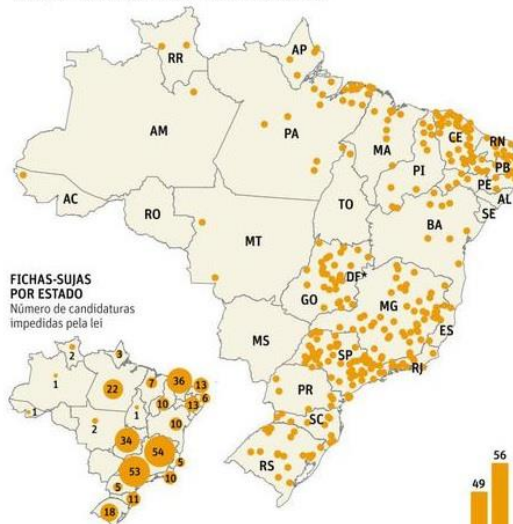
Já Rosinha Matheus, atual prefeita de Campos (RJ), teve

BARRADOS PELA FICHA LIMPA

Lei já impediu pelo menos 317 candidaturas a prefeito

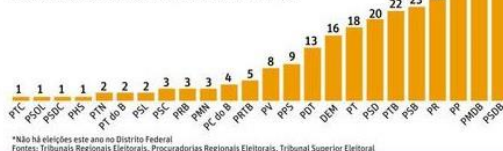
CIDADES COM CANDIDATOS BARRADOS

Nelas, pelo menos um prefeitável foi considerado ficha-suja



RANKING POR PARTIDO

Número de candidatos barrados pela Lei da Ficha Limpa



*Não há eleições este ano no Distrito Federal
Fontes: Tribunais Regionais Eleitorais, Procuradorias Regionais Eleitorais, Tribunal Superior Eleitoral

o registro negado sob a acusação de abuso de poder econômico e uso indevido de meios de comunicação durante as eleições de 2008.

A maioria dos barrados foi enquadrada no item da Lei da Ficha Limpa que torna inelegível aqueles que tiveram contas públicas rejeitadas

por tribunais de contas.

De iniciativa popular, a lei foi sancionada em 2010, mas só passa a valer na eleição deste ano. A lei ampliou o número de casos em que um candidato fica inelegível — cassados, condenados criminalmente por colegiado ou que renunciaram ao cargo pa-

ra evitar a cassação.

"A lei anterior era permissiva demais", disse Márlon Reis, juiz eleitoral e um dos autores da minuta da Ficha Limpa. Para André de Carvalho Ramos, procurador regional eleitoral de São Paulo, os próprios partidos vão evitar lançar fichas-suja.

ANÁLISE

Sem a 'grande reforma', Lei da Ficha Limpa ajuda a depurar a classe política

FERNANDO LUIZ ABRUCIO
ESPECIAL PARA A FOLHA

A Lei da Ficha Limpa é mais uma etapa do processo de aperfeiçoamento do sistema político que vem ocorrendo nos últimos anos. Ela se soma a uma Lei de Combate à Compra de Votos, a Lei de Responsabilidade Fiscal, a adoção de uma eletrônica e a recente legislação referente ao acesso à informação pública, entre outras medidas. Não virá a "grande reforma", como pedem muitos,

mas o país tem realizado modificações relevantes e positivas em suas instituições.

É importante colocar a questão da Ficha Limpa nesse cenário maior. Isso porque suas origens se devem a dois fatores conjugados.

De um lado, a atuação de atores sociais que têm conseguido, continuamente, pressionar o sistema político para criar novas legislações.

De outro, há o reconhecimento do limite de conquistas anteriores — a Lei de Combate à Compra de Votos não

evitava as candidaturas de pessoas inidôneas.

A depuração dos candidatos ajudará a reduzir a corrupção. Muitos políticos corruptos começaram sua história de malfeitos antes de assumir um cargo público.

Ademais, vários que têm o nome manchado na Justiça fazem parte, de alguma forma, de grupos organizados para o crime. Eles concorrem às eleições já pensando em cooptar o poder público para atividades criminosas.

A consolidação da Lei da

Ficha Limpa obrigará os partidos a selecionar melhor os candidatos. Daí que a próxima agenda reformista pode ser atuar para melhorar a vida interna das legendas, tornando-as mais transparentes.

A introdução de mecanismos mais constantes de participação e a criação de eleições primárias para escolha dos concorrentes a postos executivos são temas que, com a reforma do processo de preenchimento dos cargos em comissão, devem ser os próximos na contínua luta para o aperfeiçoamento do sistema político brasileiro.

FERNANDO LUIZ ABRUCIO é doutor em ciência política pela USP e coordenador do curso de graduação em administração pública da Fundação Getúlio Vargas (SP).

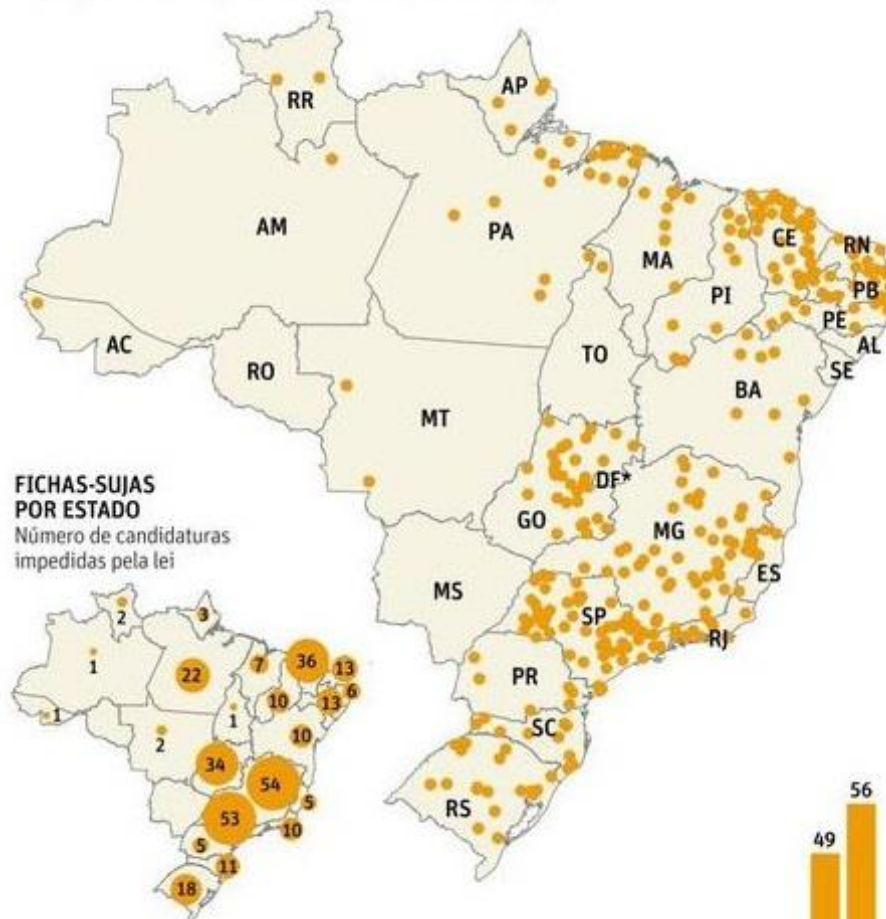
Figura 19 – Detalhes da visualização de dados publicada no dia 08/09/2012, página A4.

BARRADOS PELA FICHA LIMPA

Lei já impediu pelo menos 317 candidaturas a prefeito

CIDADES COM CANDIDATOS BARRADOS

Nelas, pelo menos um prefeitável foi considerado ficha-suja



RANKING POR PARTIDO

Número de candidatos barrados pela Lei da Ficha Limpa



*Não há eleições este ano no Distrito Federal

Fontes: Tribunais Regionais Eleitorais, Procuradorias Regionais Eleitorais, Tribunal Superior Eleitoral

Na visualização das figuras 20 e 21, exemplificamos o que é classificado como “enciclopédico”. A notícia foi publicada no dia 4 de setembro de 2011 e trata das negociações envolvendo royalties de petróleo. O singular, nesse caso, são as propostas que estão sendo estudadas pelo governo e pelo Congresso Nacional para mudar a divisão dos recursos do petróleo entre os Estados brasileiros. A notícia fala que o governo federal assumiu as negociações e que considera uma alternativa para compensar Estados que podem perder dinheiro com a mudança (informações particulares). A infovis explica como é a divisão de royalties naquela época. No contexto da notícia, o dado é classificado como universal em relação às outras informações apresentadas.

Figura 20 – Reportagem com visualização de dados publicada no dia 04/09/2011, página A14.

Definição de royalties está perto de sair

À frente das negociações, governo espera fixar compensação de Estados produtores de petróleo na semana que vem

Três propostas estão na mesa e vão desde o uso de recursos do fundo social à alta do valor cobrado de empresas

VERA MAGALHÃES
ENVIADA ESPECIAL A VITÓRIA (ES)

As propostas que estão sendo analisadas para um acordo entre Estados produtores e não produtores de petróleo na distribuição dos royalties do pré-sal espertam a conta da compensação na União ou nas empresas exploradoras.

O governo federal assumiu, na última semana, o comando das negociações. Nesta semana, um esboço da proposta deve ser apresentada a congressistas e representantes dos Estados.

Uma das alternativas que o governo já admite é usar parte do excedente de receitas que terá com royalties a partir de outubro para compensar Estados produtores.

Pelo marco regulatório do

pré-sal, esses recursos iriam para um Fundo Social.

Em 2010, a receita da União com o petróleo ficou em R\$ 8,6 bilhões. A estimativa de senadores e dos Estados é que, em 2020, esse bolo chegue a R\$ 40 bilhões.

A proposta do governador Sérgio Cabral (RJ) é que metade do montante que antes comporia o fundo seja agora destinado a evitar perda de dinheiro do Rio e do Espírito Santo —que terão que dividir os recursos do pré-sal com Estados não produtores.

Por outra proposta, dos 40% de arrecadação da União, 6% iriam para compensar esses Estados e 34% comporiam o Fundo Social.

Uma terceira alternativa eleva os royalties pagos por empresas para a exploração de petróleo.

“É impossível um acordo sem a participação da União”, disse o senador Wellington Dias (PT-PI), um dos representantes do Nordeste.

Apesar de defender os interesses dos não produtores, ele é contra a derrubada do

veto do ex-presidente Lula à “emenda Ibsen”.

Essa emenda, apresentada pelo ex-deputado gaúcho Ibsen Pinheiro (PMDB), destinava uma fatia maior de recursos à União e redistribuía de forma igualitária os recursos entre os Estados.

NA JUSTIÇA

Se os não produtores derrubarem o veto, União e Estados prejudicados irão ao STF (Supremo Tribunal Federal).

“Os Estados não produtores perceberam que têm uma força numérica, mas que, se levarmos o caso à Justiça, todos perdem”, disse o governador do Espírito Santo, Renato Casagrande (PSB), para quem o acordo está próximo.

Na terça-feira, o secretário-executivo do Ministério da Fazenda, Nelson Barbosa, deve se reunir com o grupo criado para estudar o acordo. Ele é o coordenador dessa equipe. Nesta semana, portanto, já deve ficar claro quem vai perder para compensar os Estados e evitar o impasse.

O IMPASSE SOBRE OS ROYALTIES DO PRÉ-SAL

O que querem União e Estados produtores e não produtores

ÁREAS CONHECIDAS



PROPOSTAS NA MESA

1 A União usaria parte do excedente de receitas que iria para o Fundo Social para compensar os Estados produtores

COMO É HOJE

Divisão de royalties, em %



O QUE DIZIA A “EMENDA IBSEN” (vetada por Lula)

> União receberia R\$ 10,9 bi e compensaria RJ e ES. R\$ 16,8 bi seriam partilhados por Estados e municípios

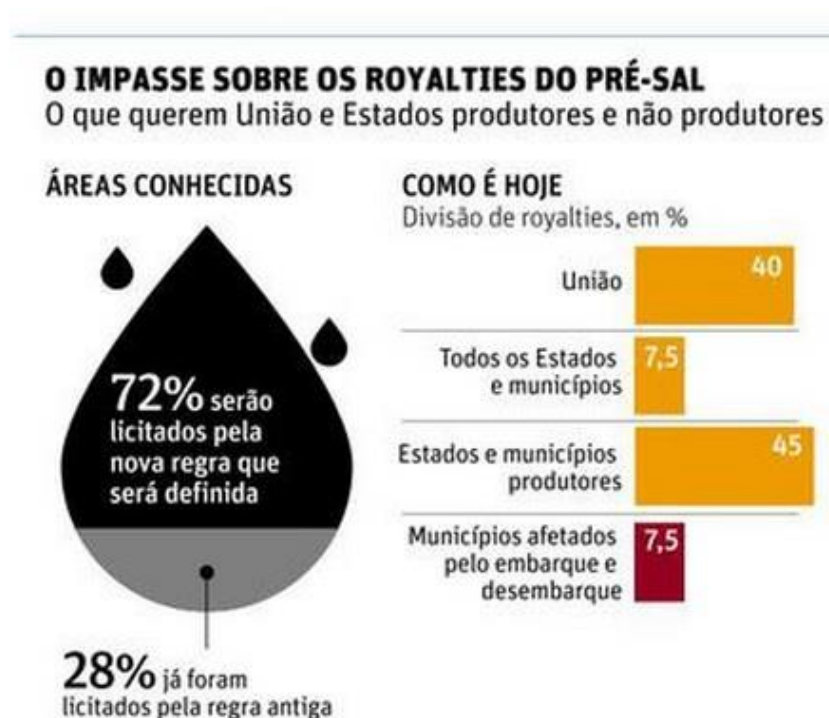
O QUE PODE ACONTECER

> Se veto for derrubado pelo Congresso, discussão pode chegar ao STF. Pode haver, ainda, acordo para a divisão dos recursos

2 Aumentar o cálculo de royalties de 10% do valor obtido com a venda de petróleo para 15% ou 20% e reduzir a participação especial

3 Senador Francisco Dornelles (PP-RJ) propõe reajuste do valor do barril do petróleo, que é referência para o cálculo dos royalties e está defasado

Figura 21 – Detalhe do visualização de dados publicada no dia 04/09/2011, página A14.



Observando a quantidade de infovis jornalísticos, que são a maioria, podemos relacionar esse dado com a constatação de que a maioria das infovis é classificada como visualização de dados. Conforme o conceito que discutimos anteriormente, o principal objetivo da visualização é buscar padrões e relações a partir de uma grande quantidade de dados. Essa descoberta, como observamos na prática com a análise das edições do jornal, tende a ser de aspectos singulares dos assuntos abordados, caso contrário, não seria propriamente uma descoberta, mas, unicamente, uma forma visual de apresentar o que já se conhece.

2.4. A RELAÇÃO COM A PRODUÇÃO E AS DIFICULDADES

A informação gráfica de qualidade está intimamente ligada aos processos de produção e às próprias habilidades e competências profissionais dos jornalistas (Teixeira, 2010). A apuração para se produzir tanto um infográfico quanto uma visualização de dados precisa, necessariamente, ser diferenciada em relação à cobertura de um evento político, por exemplo, ou à produção de textos que são construídos com

base em frases e resultam no declaratório, como tratamos no capítulo anterior. Para visualização de dados, o repórter precisa ter um mínimo de familiaridade com números e, muitas vezes, até com programas de computador como Excel, para analisar os dados e obter os padrões e relações entre eles.

Para infografias, além de certa compreensão de números, o repórter precisa estar atento a cenários para poder descrevê-los depois e observar, durante a apuração, o que poderia ser apresentado visualmente para apurar também que imagens são necessárias para construir a matéria. No exemplo das figuras 22 e 23, a infografia sobre a Revolução de 1930 integra dados números sobre a quantidade de militares e revolucionários envolvidos nas batalhas com o mapa que mostra a divisão entre São Paulo e Minas Gerais. É criada uma imagem das linhas de combate, que podem também ser identificadas pelas datas (julho, setembro e outubro) conforme as legendas. A infografia é complementada por uma linha do tempo (cronologia, na base da página) e por dados populacionais do Estado de São Paulo em relação ao Brasil na época da revolução em forma de gráficos de pizza.

contra todos

Há 80 anos os paulistas se revoltavam contra **Getúlio Vargas** para reivindicar uma nova **Constituição** para o país, que vivia sob um governo provisório desde a **Revolução de 1930**

RICARDO BONALUME NETO
DE SÃO PAULO

São Paulo e Campinas sofrendo bombardeios aéreos; o porto de Santos bloqueado por navios de guerra; cidades dos vales do Paraíba e do Rio de Janeiro sofrendo ataques de artilharia e trincheiras repletas de soldados cavadas nas divisões do Estado. Tudo isso, hoje algo impensável, aconteceu há 80 anos.

A Revolução de 32 não é um mero registro histórico. Foi algo que afetou milhões de pessoas e ainda assombra imaginações e o imaginário.

Na capital, os monumentos e os nomes de ruas e avenidas deixam isso claro. Na região próxima ao parque do Ibirapuera ficam tanto o Monumento às Bandeiras, do escultor Victor Brecheret, como o Obelisco Mausoléu aos Heróis de 32, de Galleo Ugo Emendabili. E aos locais se chega pela avenida 23 de maio, uma das datas importantes do movimento.

Ironicamente, a Fundação Getúlio Vargas fica próxima à avenida batizada com a data do início do levante, a 9 de julho. Mas São Paulo continua sendo resistente a usar o nome do ditador. Não há o equivalente à importante avenida Presidente Vargas, do Rio, por exemplo.

Vargas foi quem provocou a coisa, afinal, com a derrubada do presidente Washington Luís, em outubro de 1930. Ele até foi bem recebido no Estado a caminho da capital, então o Rio de Janeiro. Mas logo começou a bater de frente com os políticos paulistas, saudosos do poder que tinham na República Velha.

Por exemplo, Vargas nomeou como "interventor" (no lugar do governador) o tenentista pernambucano João Alberto Lima de Barros.

Só em março de 1932 Vargas nomeou um interventor mais ao gosto dos paulistas, um civil e nativo do Estado, o diplomata aposentado Pedro de Toledo. Mas ao mesmo tempo o ditador quis mandar no comando da Força Pública (como era chamada a hoje Polícia Militar).

A Força Pública era um trunfo particularmente importante, pois constituía um verdadeiro exército em menor escala, dotada de armas como metralhadoras.

Os políticos e os militares envolvidos na conspiração contra Vargas foram ineplos. Deixaram o movimento antes da hora, sem articular ações eficazes com potenciais revoltosos em outros estados, especialmente Minas Gerais e Rio Grande do Sul. São Paulo, com pequeno apoio de Mato Grosso, ficou isolado.

A melhor estratégia seria concentrar forças no Vale do Paraíba e rumar ao centro do poder, o Rio. Em vez de fazer isso, os líderes paulistas preferiram ficar na defesa.

Já a estratégia do ditador foi correta. Isolou São Paulo por terra e por mar, e diplomaticamente.

As principais frentes de combate estavam todas vinculadas a ferrovias e rodovias. É por isso que os famosos trens blindados foram tão importantes no conflito.

Os dois lados tiveram centenas de mortos. Não houve batalhas espetaculares; era mais razoável fugir ou se ren-

der do que lutar até a morte em uma guerra "entre irmãos". Uma batalha podia ter dez mortos, 30 feridos e 400 prisioneiros.

Vargas venceu em 32, mas houve a Constituinte em 34 (que ele já tinha prometido antes da revolta). Os líderes paulistas foram exilados, mas por pouco tempo. Vargas deu um golpe de Estado em 1937, mas o legado de 32 permaneceu e foi importante no debate ideológico subsequente e que vem até hoje.

ESTUDOS
Em 80 anos, muita tinta foi usada para descrever a Revolução de 1932. É possível identificar pelo menos três fases. Houve uma primeira onda de textos, principalmente de origem paulista (e incluindo livros de memórias), exaltando os ideais democráticos do levante; em seguida uma leva posterior, de origem marxista, ressaltando a ideia de que tudo não passou de uma briga entre grupos da "classe dominante", e sempre que foi necessário os "proletários" foram perseguidos.

Novos pesquisadores tentam entender o caráter multifacetado do evento, identificando uma participação popular inédita na história.

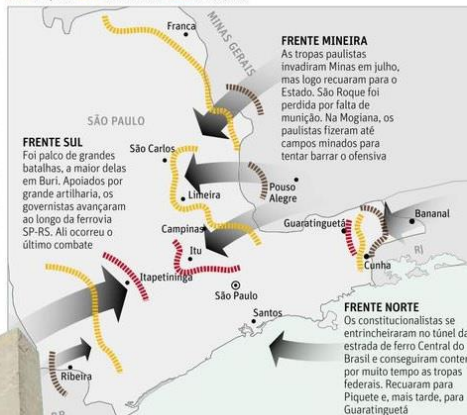
O historiador Marco Antônio Villa deixa claro que a "questão democrática" foi "a grande herança política da revolução, uma espécie de tesouro perdido, muito valioso, especialmente em um país marcado por uma tradição conservadora, elitista e antidemocrática".

O QUE FOI A REVOLUÇÃO DE 32
Insurgência dos paulistas contra Vargas, que resultou na maior guerra civil do país no século 20



LINHAS DE COMBATE

Em julho Em setembro Em outubro



PESO DE SP EM RELAÇÃO AO BRASIL

Em 1932



CARTAZES CHAMAVAM PAULISTAS PARA LUTA



Dentro do Obelisco estão as cinzas de Martins, Miragaia, Drausio e Camargo, mortos em 23 de maio, e de outros 713 combatentes

CRONOLOGIA

- 17.fev.1932 **REVOLTA** Os grandes partidos do Estado (PRP e PSD) criam a Frente Única Paulista, que exigia nova Constituição para o país
- 23.mai **MMDC** Quatro estudantes são mortos durante um protesto contra Vargas em São Paulo; de suas cinzas surge a sigla MMDC
- 9.jul **INÍCIO** Militares antecipam a deflagração do movimento, marcado para 14 de julho, pegando aliados de surpresa
- 22.ago **Estreia aérea** Primeiro combate aéreo no país, em Cruzeiro: dois aviões paulistas enfrentam dois aviões federais
- 4.set **Mogi Mirim** Exército derrota as forças paulistas e vai para Campinas, que começa a ser bombardeada por aviões no dia 15
- 12.set **Invasão marítima** O governo ocupa o porto de Santos, sob bloqueio desde o início da revolta, mas os combates seguem até dia 24
- 2.out **Rendição** As tropas paulistas se rendem; líderes do movimento vão para o exílio, mas em 1933 são feitas novas eleições



Soldados revolucionários na trincheira de Cunha (SP), única vitória ofensiva dos paulistas

Soldados negros que lutaram por SP são tema de livro

DE SÃO PAULO

O jornalista Oswaldo Fausto resgatou a participação de unidades militares de voluntários negros paulistas durante a Revolução Constitucionalista de 1932, conhecida como Legião Negra.

Em seu livro "A Legião Negra" (Selo Negro, 2011, 224 págs.), a história é contada por meio de dois personagens: Tião Mão Grande, o narrador centário; e Miro Patrocínio, mestiço que nega a sua origem, mas "se torna negro" devido às circunstâncias.

Folha - Por que decidiu contar a história da Legião Negra em forma de romance histórico em vez de livro de não-ficção?

Oswaldo Fausto - Antes de tudo porque eu sou jornalista e escritor, não historiador. Minhas pesquisas não se basearam em documentos, mas em publicações, em entrevistas realizadas com filhos e netos de combatentes e numa pesquisa, que aconteceu em 1975, com o doutor Raul Ioviano do Amaral. Como membro da Legião Negra, ele chegou a tenente.

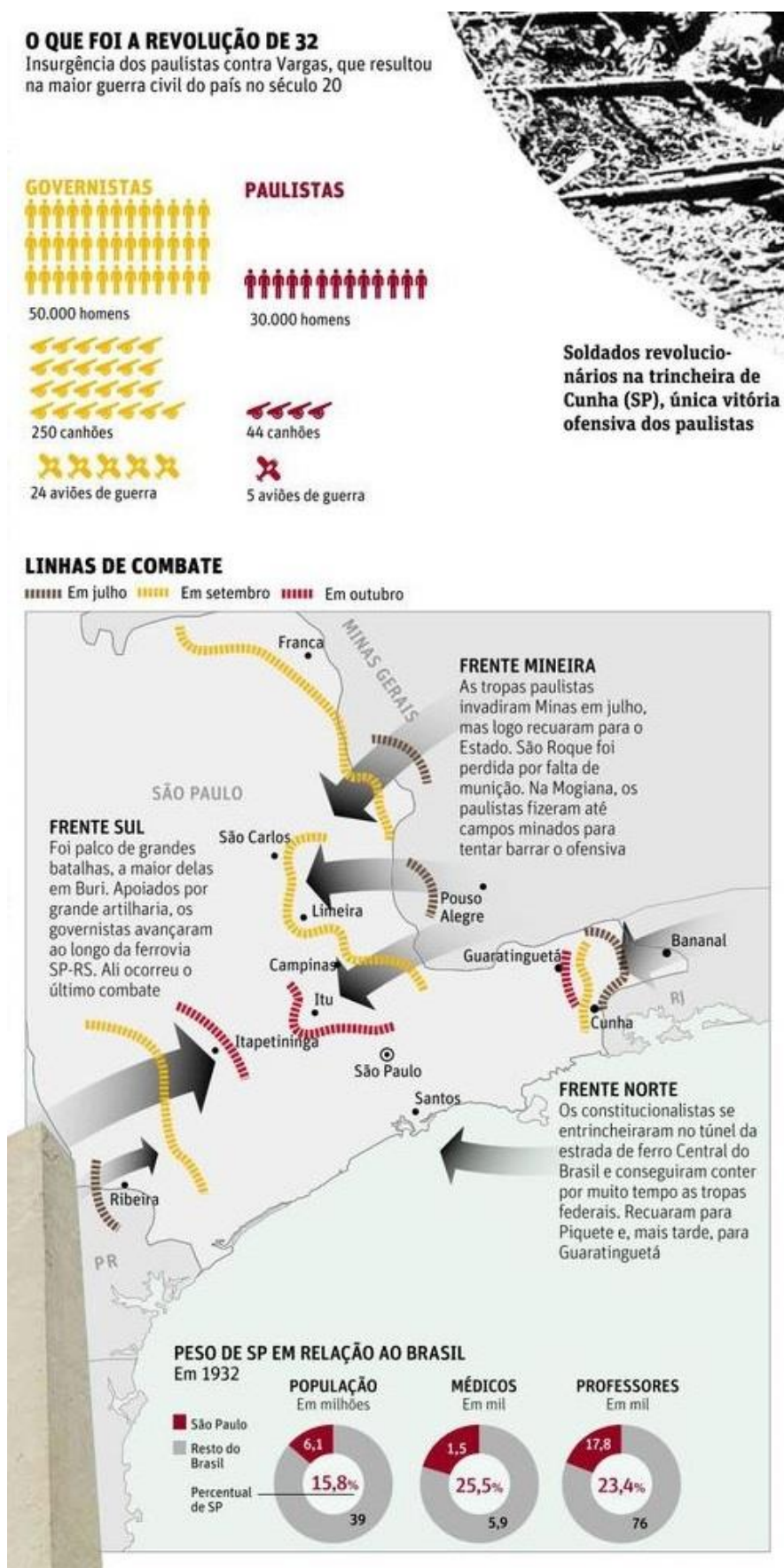
Há planos para filmar a história? O livro é um roteiro?

Honestamente, se um dia a Legião Negra virar filme, vou achar sensacional, mas só a oportunidade de mergulhar nessa história e poder produzir um romance já é extremamente compensadora.

Por que negros e mulatos tiveram interesse em se voluntariar para lutar por São Paulo na Revolução de 1932, que muitos historiadores consideram um conflito das elites?

Como a Frente Negra [principal organização negra da época] se declarou neutra, o advogado Joaquim Guaraná Santana e o orador Vicente Ferreira saíram — ou foram expulsos — dessa instituição, criaram a Legião Negra e saíram em caravana alistando negros e arrecadando donativos para o pagamento de seus soldados e para sustentar as famílias dos voluntários.

Figura 23 – Detalhe da infografia publicada no dia 09/07/2012, página. A14.



No caso da *Folha de S.Paulo*, observamos que há, desde a discussão da pauta até a escolha do formato de apresentação das informações e edição do material, uma preocupação com a forma da notícia, não apenas com o conteúdo – ressaltando que ambas são importantes para transmitir a mensagem ao leitor. Dados numéricos, por exemplo, tendem a se tornar visualização de dados, como explica o editor de Poder do jornal, Ricardo Balthazar, sobre os critérios para decidir quando e o que será infovis:

“Quando o assunto é complicado de explicar, escândalo, quando o assunto tem muito número, quando o assunto exige contexto, cronologia. Esse tipo de coisa (cronologia) acaba virando quase obrigatória, tanto que os textos na *Folha* são muito curtos em geral. Tem que ser muito concisos”

A visão do editor indica que a equipe possui o hábito de discutir o conteúdo e avaliar o que pode ser melhor apresentado por texto e o que pode se transformar em infovis – permitindo que a página fique visualmente mais atrativa e até liberando mais espaço para informações necessariamente precisem ser apresentadas na forma de texto. Isso demonstra um entendimento da importância da infografia e visualização de dados para o jornal, como já salientamos no capítulo anterior. Balthazar complementa:

“Eu gosto de arte, gosto de ver coisas diferentes, visualização de dados. Já trabalhei em revista e quando era repórter sempre tive essa preocupação de como ilustrar a matéria. Mas na *Folha*, do jeito que o jornal é organizado, a importância que se dá para as artes e tudo mais, é difícil fugir um pouco disso. Mesmo um editor que não goste tanto, ou não se importe tanto, não tem como fugir disso porque está muito ali preso no tino do jornal’.

Além disso, segundo Mário Kanno, editor-adjunto de arte da *Folha*, quando se analisa os critérios para publicar ou não uma infovis, existem pautas que previamente já têm características que as tornam mais propícias à apresentação a partir de recursos gráficos: “as mais óbvias são as relacionadas a mapas, números, grandezas, diagramas científicos/técnicos e fenômenos que não podem ser fotografados como mundo atômico, espacial, biológico”.

Essa discussão sobre a melhor forma de apresentação do conteúdo passa por um processo de produção que segue duas etapas, de acordo com Balthazar. A primeira reunião de pauta do jornal é realizada pela manhã, às 9h, quando se começa a debater as matérias e as possibilidades de infovis, conforme os assuntos. Durante a tarde, é

realizada uma reunião apenas da editoria de Poder, para avaliação de quais assuntos discutidos pela manhã avançaram e quais não foram adiante. Ele observa de que, por causa da internet, a produção do jornal impresso tem sido adiantada e, muitas vezes, os materiais que são feitos para o site e já publicados no dia são adaptados para a versão de papel do dia seguinte.

Kanno faz uma descrição mais detalhada. Segundo ele, há na *Folha* hoje três diferentes maneiras de produção das visualizações de dados e infografias: 1) Linha de produção: repórter apura, levanta referências, escreve textos curtos e passa para um infografista resolver visualmente o infográfico e devolver para o redator revisar; 2) Trabalho em equipe: repórter e infografista discutem a pauta, ambos fazem a apuração de referências e fontes e chegam a um resultado visual; 3) Infografista jornalista: o próprio infografista (ou equipe de Arte) faz a apuração, elabora, checa e publica. O editor-adjunto faz, também, uma observação: “Lembro que com a chegada da internet ficou mais difícil apenas uma pessoa fazer tudo, pois, em geral, ainda será necessário criar um vídeo ou info html¹⁵, o que acaba envolvendo mais profissionais”.

Kanno salienta que a editoria de Arte participa de todas as reuniões de pauta e de edição do jornal, sendo que dessa forma os profissionais estão sempre inteirados dos assuntos importantes e podem ajudar a avaliar o que rende infovis ou não. Essa participação nas reuniões, segundo ele, “permite que 70% sejam produzidas como ‘linha de produção’, o resto é feito dentro da Arte ou em conjunto com a reportagem”. Outra característica da produção de infografias e visualização na redação da *Folha* é a própria participação da equipe da editoria de Arte na apuração. De acordo com Kanno, essa parceria tem sido cada vez mais frequente.

Apesar de todo esse processo e da própria cultura visual existente no veículo, os profissionais entrevistados apontam algumas dificuldades. A primeira delas é a falta de atenção dos repórteres com o material gráfico. De acordo com Balthazar, os responsáveis pelas infografias, na maioria das vezes, são os redatores, que trabalham com edição. Os repórteres se envolvem mais em projetos especiais:

“Em geral quem cuida das artes são os redatores, que trabalham no fechamento do papel. Os repórteres estão mais preocupados com a apuração das matérias, entrevistas, e acabam dando pouca atenção para as artes. Um pouco por falta de cultura mesmo, e gosto pelo

¹⁵ Linguagem de programação de computador para estruturação e apresentação de conteúdo para web.

negócio, e um pouco porque é mais fácil que essa tarefa seja executada na maior parte das vezes pelos redatores.”

Ele diz que isso varia de profissional para profissional, lembrando que alguns repórteres têm mais afinidade com a produção de infográficos e visualização de dados, mas volta a frisar que quem está na reportagem geralmente é o último a se preocupar com a edição e apresentação do material. “É uma dificuldade. Talvez isso seja de todos os jornais”, completa.

Kanno aborda o assunto no livro *Infografe*, de sua autoria, publicado em 2013. Ele destaca que a produção dos veículos só tende a ganhar quando os profissionais de “texto” e de “imagem” (aqui incluídos infografias, diagramadores e fotógrafos) trabalham em conjunto. Ele afirma que são raros os repórteres que conseguem imaginar sozinhos qual tipo de tratamento visual sua reportagem deve ter e mesmo estes têm o seu trabalho mais bem finalizado se podem contar com a ajuda de outras pessoas para encontrar a melhor maneira de contar visualmente suas histórias. Para Kanno (2013), a sinergia resultante da soma de esforços ajuda a sair dos lugares comuns e encontrar soluções adequadas e originais. Mesmo com as dificuldades dos repórteres, ele também avalia que há uma parcela de responsabilidade de diagramadores, infografistas e fotógrafos. “Na contramão dos jornalistas, muitas vezes eles preferem privilegiar uma imagem sem informação relevante apenas por seu valor estético. Esses profissionais também precisam começar a aprender jornalismo e valorizar mais a informação que a estética” (Kanno, 2013: 33).

Para lidar com isso, profissionais da área que estão no mercado e pesquisadores de infografia e visualização de dados defendem que é preciso fazer com que os “jornalistas de texto” entendam que as infovis não têm o objetivo de tirar espaço de informação, mas, ao contrário de torná-la mais clara. Em trabalho anterior sobre infografia na revista *Superinteressante* (Rinaldi, 2006), o jornalista Eugênio Bucci, que foi diretor de publicação na década de 1990, relata em entrevista dada à autora a mesma dificuldade por parte dos repórteres e fala sobre a importância dessa compreensão:

“O infográfico não rouba conteúdo de palavras, o que você precisa descrever em palavras você só pode usar as palavras, e o que você pode fazer por infográfico é bom fazer para não transformar o texto numa trilha modorrenta e sonífera para o leitor. [...] O critério é sempre o conforto da leitura e o nível de atração que tanto o desenho quanto a leitura podem representar para o leitor, em termos de clareza e de surpresa.”

Neste mesmo sentido, Kanno (2013) explica que não se trata de eliminar a informação em forma de texto, mas de buscar tratamentos gráficos variados, combinando informação visual, para que os leitores tenham mais entradas de leitura e formas alternativas de representação para que a mensagem seja transmitida. Para desenvolver essa cultura visual entre os repórteres, Balthazar explica:

“Pra gente lidar com isso não tem nenhuma receita mágica não. É martelando nesta mesma tecla toda vez que o repórter traz uma pauta, bom como é que a gente vai ilustrar? Tem foto? Tem arte? A arte vai dizer o que? Muitas vezes o repórter tende a sugerir como arte uma coisa que é praticamente um resumo da pauta ou da matéria. O que é ruim porque não tem uma ideia que traduza numa imagem.”

Teixeira (2010) destaca também a importância do papel das universidades na formação dos profissionais. A autora ressalta que há muito tempo a presença de infográficos não é rara em redações de impresso, web e TV por todo o país e que os cursos de Jornalismo precisam acompanhar essa característica do mercado. Teixeira relata uma experiência de ensino feita no jornal laboratório *Zero*, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

O que esta experiência do jornal *Zero* nos revelou é que os desafios são muitos e é necessário romper de forma definitiva com um modelo de ensino reprodutivo, totalmente desconectado da sociedade contemporânea onde o conhecimento pode ser obtido através dos mais variados caminhos. Percebemos que, ao incentivarmos os alunos a discutir e produzir formas diferenciadas de narrativa conseguimos encontrar caminhos para aliar os resultados obtidos em pesquisas sistemáticas com a formação qualificada destes futuros profissionais, algo que eles mesmos, direta ou indiretamente, reconhecem em seus depoimentos. (Teixeira, 2010: 108)

Por fim, um segundo fator de dificuldade de produção apontado e que entendemos ser necessário citar neste trabalho, é que o tamanho das equipes disponíveis seria pequeno em relação às demandas. Balthazar comenta o assunto ao mencionar a dedicação do trabalho para o papel e para o site:

“Como todos os jornais, as equipes são enxutas, então a gente não tem pessoas que possam se dedicar exclusivamente às artes da internet. Mas tem alguns casos que os assuntos no papel e na internet podem render infografias diferentes. A própria arte, em geral, toma a iniciativa de sugerir, uma arte animada, ou uma adaptação, uma interatividade.”

CAPÍTULO 3

VISUALIZAÇÃO E REPORTAGEM VISUAL DE DADOS

Vivemos num mundo em que quase tudo pode ser descrito por números (Crucianelli, 2012; Gray; Bounegru; Chambers, 2014) e, nesse contexto, vem crescendo o chamado “jornalismo de dados”, que está intimamente relacionado à visualização de dados. De acordo com a pesquisadora Sandra Crucianelli (2012, 2013) o jornalismo de dados pode filtrar e visualizar o que o olho humano não poderia ver rapidamente e sua principal missão é encontrar um significado tangível a partir do abstrato, explicar às pessoas como uma grande quantidade de dados afeta suas vidas. Os dados podem ser para o jornalismo a fonte (geralmente organizados em bases de dados), a ferramenta para contar a história (visualização) ou ambas (Gray; Bounegru; Chambers, 2014). Crucianelli entende que o jornalismo de dados agrega técnicas de jornalismo investigativo, jornalismo de precisão, de “reportagem assistida por computador” (RAC) e relaciona outras três características: grande volume de dados, visualização interativa e programação.

Nesse sentido, ao destacar a interação e a programação como características do jornalismo de dados, a pesquisadora restringe o conceito ao mundo digital, embora ela mesma admita que atualmente a visualização de dados tem crescido nos meios impressos e na televisão. É inegável que a utilização do computador e de novas tecnologias impulsionaram e facilitaram a busca e interpretação de dados, além de criarem novas formas de apresentação dessas informações, com uma estrutura diferenciada e estritamente ligada à interação. Essa modalidade de jornalismo é conceituada por Barbosa, S. (2007: 214) como Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD): “para o jornalismo digital, as bases de dados são definidoras da estrutura e da organização, bem como da apresentação dos conteúdos de natureza jornalística”. Mas não nos parece apropriado afirmar que só é possível praticar jornalismo de dados em meios digitais e concordamos com Gray; Bounegru e Chambers (2014) quando lembram que “há uma longa história de uso de dados para aprofundamento da reportagem e distribuição de informação estruturada (mesmo que não legível por máquinas)”.

Se o jornalismo de dados consiste em interpretar e dar sentido a uma grande massa de informações, buscando padrões e relações entre os dados, a visualização de dados consiste justamente em apresentar de maneira mais compreensível esses padrões e relações. Wurman (2005) salienta que a organização e a apresentação das informações são tão importantes quanto o conteúdo. O autor, que trabalha com design gráfico, cunhou a

expressão “arquitetura da informação” ainda na década de 1970. Segundo ele, os arquitetos da informação são aqueles que dão clareza e tornam compreensíveis a outros seres humanos as informações complexas. E quando se fala em grande quantidade de informações numéricas, a visualização, por meio de recursos gráficos, pode dar um senso de complexidade que não é oferecido por outras formas de apresentação como o texto (Few, 2004; Stovall, 1997; Tufte, 2001). Daí a íntima relação entre jornalismo de dados e infovis. “Gráficos comumente servem para duas funções: mostrar quantias e relações. Eles frequentemente desempenham essas funções mais rápida e eficientemente que as palavras”, diz Stovall (1997: 36). Também por essa razão, Gray; Bounegru e Chambers (2014) defendem que os jornalistas têm o papel de ajudar a diminuir as barreiras para compreensão de dados e de aumentar a “alfabetização de dados” dos leitores.

Sob esta ótica, faremos nesse capítulo uma breve revisão do histórico do jornalismo de dados – a partir da informatização das redações, jornalismo de precisão e RAC –, e abordaremos como a apuração em base de dados pode resultar na descoberta de informações jornalísticas que gerem visualizações (infovis) e o que chamaremos de reportagens visuais de dados no jornalismo impresso, mais especificamente no periódico *Folha de S.Paulo*, que é o objeto empírico desse trabalho.

3.1. NOVAS TECNOLOGIAS NA REDAÇÃO

O primeiro passo para o desenvolvimento do jornalismo de dados da maneira como é praticado hoje foi a informatização das redações e a introdução do computador na rotina produtiva dos jornalistas. A mudança teve início na década de 1980 nas redações brasileiras. Baldessar (2001) conta que, em um primeiro momento, as novas tecnologias foram vistas com medo, que logo cedeu espaço ao encantamento dos profissionais. O processo de informatização facilitou a execução de tarefas, melhorou o ambiente de trabalho e gerou alterações no cotidiano dos jornalistas. Em entrevistas com os profissionais que vivenciaram o período, a pesquisadora identificou, por exemplo, a antecipação do horário de fechamento do jornal impresso, o chamado *deadline*. Além disso, segundo Baldessar (2001), a chegada dos computadores trouxe exigências de mais qualificação e especialização crescente dos ofícios.

A entrada do computador na redação também aproximou o contato dos jornalistas com as bases de dados que, de maneira geral, podem ser conceituadas como repositórios para armazenar informações de forma estruturada e de fácil recuperação (Han; Kamber; Pei,

2012). Em comparação com a antiga coleção de arquivos suportados por um sistema operacional, a principal diferença das bases de dados modernas está na possibilidade de relacionar dados entre si (Machado, 2006).

Numa primeira fase, essas bases foram utilizadas para organização de arquivos e abertura de seu acesso ao público e somente mais tarde foram incorporadas ao processo de apuração como fonte para pesquisa e análise de dados estatísticos para melhorar a contextualização das matérias e reportagens (Barbosa, S., 2007). Segundo Barbosa, S. (2007), a internet representou novo momento de expansão das bases de dados, tornando-se ela própria a principal base de dados (BD) das redações. Para Machado (2006), “do mesmo modo que a narrativa literária ou cinematográfica é um plano arquitetônico da modernidade, a base de dados emerge como uma forma cultural típica para estruturar as informações sobre o mundo/realidade na cultura dos computadores”.

Mas antes dessa popularização do uso de bases de dados para apuração e produção de reportagens, o jornalista e pesquisador Philip Meyer, autor do livro *Jornalismo de Precisão*, já defendia a utilização de dados para aprofundar temas em reportagens jornalísticas. A primeira edição da obra é de 1973. Meyer afirma no livro que o mundo se tornou muito complexo e por isso os jornalistas precisam gerenciar, processar e analisar dados e não apenas reportar fatos de forma “pacífica e inocente” como propunha o “ensino tradicional da profissão”.

O conceito de jornalismo de precisão do autor americano se refere à aplicação de métodos das Ciências Sociais que gerem dados numéricos para apuração jornalística. No livro, Meyer descreve uma série de técnicas como pesquisa por amostragem feita por telefone ou pessoalmente, formas de leituras de taxas e índices, comparação entre porcentagens, utilização de dados do Censo, entre outros, que podem ser usadas na produção de reportagens. “As ferramentas de amostragem, análise de computador e estatística aumentam o tradicional poder da reportagem, sem alterar sua natureza”, defende o pesquisador. As técnicas são importantes, segundo ele, porque dados crus nunca são suficientes, eles precisam ser processados e ter algum sentido para se tornarem úteis. Conforme Meyer, os dados devem ser interpretados e quando mal interpretados podem causar a ilusão de que algo pouco importante seja muito relevante – observa-se com isso que já havia a mesma preocupação que Gray; Bounegru e Chambers (2014) e Crucianelli (2012, 2013) têm em relação ao jornalismo de dados, e que outros autores como Han; Kamber e Pei (2012), Fidalgo (2007) e Machado (2002) também expõem, como veremos

mais detalhadamente a seguir, sobre a importância de explicar o sentido de uma grande quantidade de dados.

Depois do jornalismo de precisão, desenvolveu-se o conceito da “reportagem assistida por computador” (RAC), que se baseia no emprego de técnicas como pesquisa na internet, utilização de planilhas e banco de dados para colher e processar informações (Barbosa, S., 2007; Lage, 2001). Segundo Gray; Bounegru e Chambers (2014), a RAC foi a primeira tentativa organizada de utilizar computadores para coletar e analisar dados para aprimorar a notícia em relação ao que hoje classificamos como jornalismo de dados. As técnicas de RAC ajudam na produção de matérias mais analíticas (Lage, 2001).

Utilizando técnicas de RAC, por exemplo, repórteres provaram (e ilustraram com tabelas e gráficos) que um terço da população do estado de Nova Jersey vive em áreas em que a poluição excede de até 20 vezes o limite recomendável (The Record); mostraram a evolução da arrecadação de multas de trânsito por diferentes administrações do Alabama, ao longo de dez anos (The Atlanta Journal Constitution); encontraram indícios e provas de fraude eleitoral nas eleições para prefeito de Miami (The Miami Herald). (...) E assim por diante. (Lage, 2001: 162 e 163)

As técnicas de RAC são hoje bastante valorizadas tanto quando se fala em jornalismo de dados quanto para o jornalismo investigativo. A Rede de Jornalistas Internacionais (IJNet – <http://ijn.net.org/pt-br>) possui uma seção em seu site dedicada à RAC. A página reúne artigos com dicas, projetos, exemplos, bolsas de estudos, cursos e sobre o assunto. De maneira semelhante, a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) possui uma seção em seu site e o Centro Knight – Jornalismo para as Américas realiza com frequência cursos sobre RAC ou Jornalismo de Dados, que incluem conhecimentos de RAC. Diversas técnicas da reportagem assistida por computador estão descritas no *Manual de Jornalismo de Dados* (Gray; Bounegru; Chambers, 2014) e no livro *Ferramentas Digitais para Jornalistas* (Crucianelli, 2014), ambos disponíveis na internet.

A informatização das redações e de todo processo de produção jornalístico abriu caminho para a concretização daquilo que há muitos anos se esperava: trazer o poder dos computadores para o jornalismo para conferir maior qualidade aos métodos de apuração e análise de informações. (Barbosa, S., 2007: 101)

O diferencial do jornalismo de dados em relação à RAC se dá na apresentação das informações. Além de se utilizar de técnicas de apuração com auxílio do computador, o jornalismo de dados inclui também a visualização de dados.

3.2. APURAÇÃO EM BASE DE DADOS E INFOVIS

A utilização de base de dados como fonte de apuração para matérias jornalísticas vem sendo estudada, especialmente por pesquisadores que se dedicam ao jornalismo digital, há mais de uma década. Ela está ligada a uma prática chamada “datamining” ou mineração de dados, que, incluída em uma área multidisciplinar, trata-se de um processo de descobrir padrões em grandes quantidades de dados (Han; Kamber; Pei, 2012). Para o jornalismo, de acordo com Fidalgo (2007), “a mineração de dados é uma forma de descobrir relações relevantes entre dados, relações por vezes completamente inesperadas e, por conseguinte, incontestavelmente de valor noticioso”. O autor entende que a prática constitui um domínio do jornalismo investigativo, que exige a percepção para apurar, entre as relações extraídas dos dados, quais são e quais não são singulares para se tornarem notícias. Fidalgo, já em 2007, alertava que o jornalismo investigativo do futuro não seria apenas com jornalistas que arriscam a vida em situações de perigo nas ruas, como descreve a “visão romântica da profissão”, mas também terá profissionais que investigam fatos sentados em frente ao computador.

O pesquisador explica que o computador é uma ferramenta indispensável para a mineração de dados e que com a utilização de softwares, o jornalista pode recolher informações, organizá-las de diferentes formas e confrontá-las com outras. Ele ressalta, ainda, a necessidade de profissionais que trabalhem em equipes multidisciplinares com especialistas de estatística e de hermenêutica de dados, de forma que os jornalistas saibam identificar o valor noticioso das relações e dos padrões extraídos da massa imensa de dados. Também sobre a formação dos jornalistas no cenário atual, Machado (2006) considera que a plena utilização das bases de dados depende: 1) do desenvolvimento de programas compatíveis com as necessidades das organizações jornalísticas e 2) da capacidade dos profissionais para contar de forma apropriada as reportagens.

Mas, como qualquer outra fonte de informação no jornalismo, os dados também precisam ser vistos com ceticismo para garantir a credibilidade das informações e não gerar interpretações incorretas (Gray; Bounegru; Chambers, 2014). Machado (2002) explica que a estrutura descentralizada do ciberespaço multiplica o número de fontes, especialmente as não oficiais, e, por essa razão, é necessário estabelecer critérios que

sejam capazes de garantir confiabilidade à apuração feita nos meios digitais. No sentido de dar transparência ao trabalho, para Crucianelli (2012), o jornalismo de dados deve ter três marcas: 1) oferecer ao público documentos sobre os quais a reportagem se baseou, 2) explicar os métodos de trabalho e 3) incluir uma visualização de dados, acompanhada por textos não muito extensos.

Quando se consegue estabelecer esses critérios e distinguir quais são as fontes de informação confiáveis nos meios digitais, Machado (2002) destaca que a apuração em base de dados muda a perspectiva da cobertura jornalística. Em vez de focar a produção das notícias e reportagens em declarações de fontes oficiais (caindo no jornalismo declaratório tratado no capítulo 1), o repórter tem a possibilidade de sair para uma pauta já munido de informações que poderão ser usadas para confrontar e contextualizar as falas dos entrevistados. Quando se trata de jornalismo político, que é o foco deste trabalho, essa lógica de apuração de não se render exclusivamente às declarações torna-se ainda mais importante, tendo em vista que os entrevistados sempre possuem interesses (Martins, 2008), em geral para beneficiar a si mesmo ou para prejudicar um desafeto. A apuração obtida a partir de base de dados pode ajudar no que Martins (2008) chama de *background information*, informações que permitam um entendimento mais amplo da situação.

Nenhum tipo de jornalismo pode, em troca do acompanhamento das ações restritas ao mundo das redes, menosprezar a cobertura de centros de onde irradia parcela considerável do poder político de uma sociedade, instâncias dedicadas a elaborar as normas essenciais para o funcionamento das instituições capazes de alterar a rotina de todos. Muda, sim, a perspectiva da cobertura que pode fugir da síndrome das declarações ou repercussões para aprofundar temas de interesse coletivo e a forma de apuração dos fatos (Machado, 2002).

Com essa mudança de perspectiva na apuração, Gray; Bounegru e Chambers (2014) defendem que o foco das reportagens deixa de ser o chamado furo jornalístico (informação exclusiva dada em primeira mão), e passa a ser o de dar um significado às informações que, na maioria das vezes, estão disponíveis para qualquer cidadão acessar na internet, mas estão dispersas e sem interpretação. Um exemplo são os portais de transparência dos governos, que disponibilizam uma série de dados brutos como gastos da administração pública, editais de licitação, salários de funcionários e investimentos. Wurman (2005) diz que a chamada “Era da Informação” é na verdade a era da explosão

de dados e nessa miscelânea é necessário observar os padrões e as relações entre eles para compreendê-los. É encontrando essas relações que o jornalismo de dados pode fazer a diferença e agregar valor à informação que é entregue ao leitor/usuário. Fidalgo (2007) afirma que “a informação é hoje cada vez mais uma informação tratada. Não basta coligir o maior número de dados, é imprescindível saber lidar com esses dados, percebê-los, fazer a devida leitura”.

Observando esses conceitos, analisamos as publicações de visualização de dados na editoria de Poder do jornal *Folha de S. Paulo* sob duas óticas. Primeiro listando quais recursos gráficos foram utilizados e quais padrões e relações de dados esses recursos mostram. Segundo, quantas visualizações foram feitas com apuração em base de dados e como a apresentação desses dados pode gerar o que chamaremos de “reportagens visuais de dados”.

3.3. RECURSOS UTILIZADOS NA PUBLICAÇÃO DE INFOVIS

De acordo com Few (2004), quando você vai dar forma a uma informação numérica, o tipo de gráfico que você escolhe depende essencialmente da mensagem que você quer passar. No período analisado, os dois tipos de gráficos mais utilizados foram barras/colunas e linha. Em 2011, nas 184 visualizações catalogadas, 124 utilizaram gráficos de barras e 51 de linha. Em 2012, de 214 infovis, 141 utilizaram gráfico de barras e 61 de linha.

Gráfico 8 – Tipos de recurso mais utilizados nas infovis em 2011

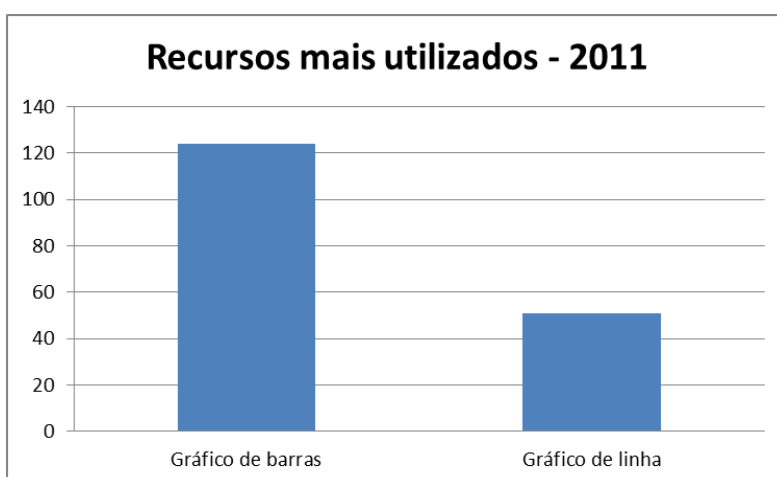
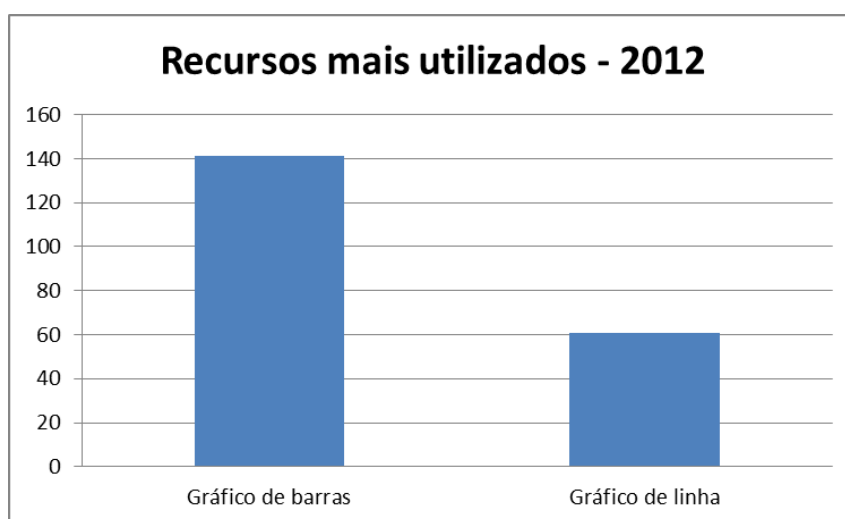
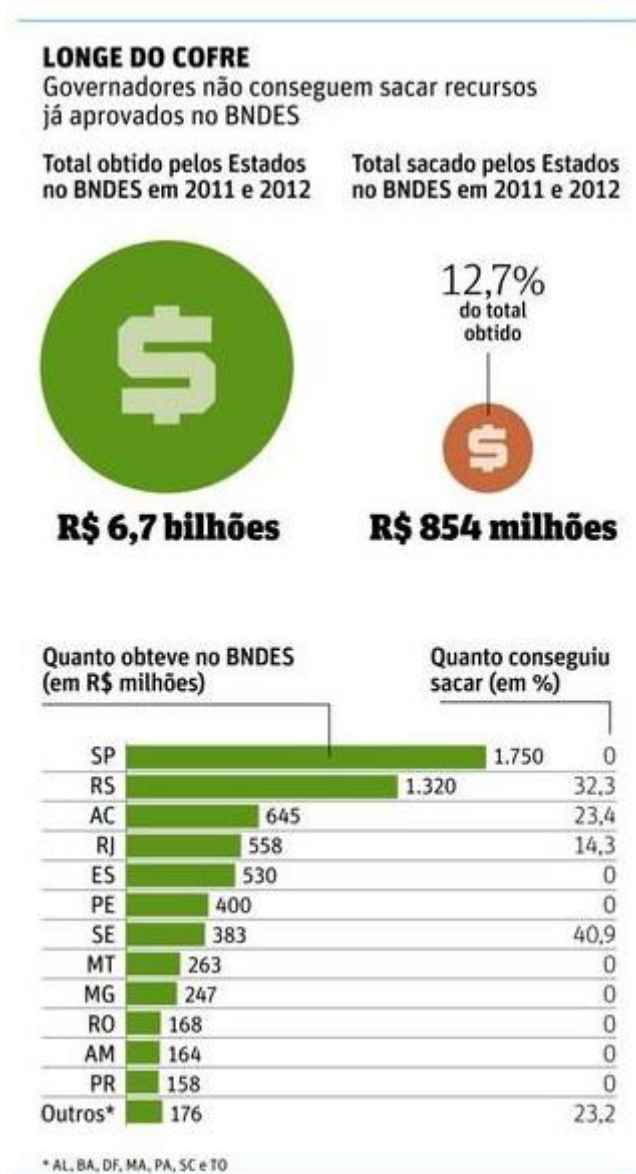


Gráfico 9 – Tipos de recurso mais utilizados nas infovis em 2012



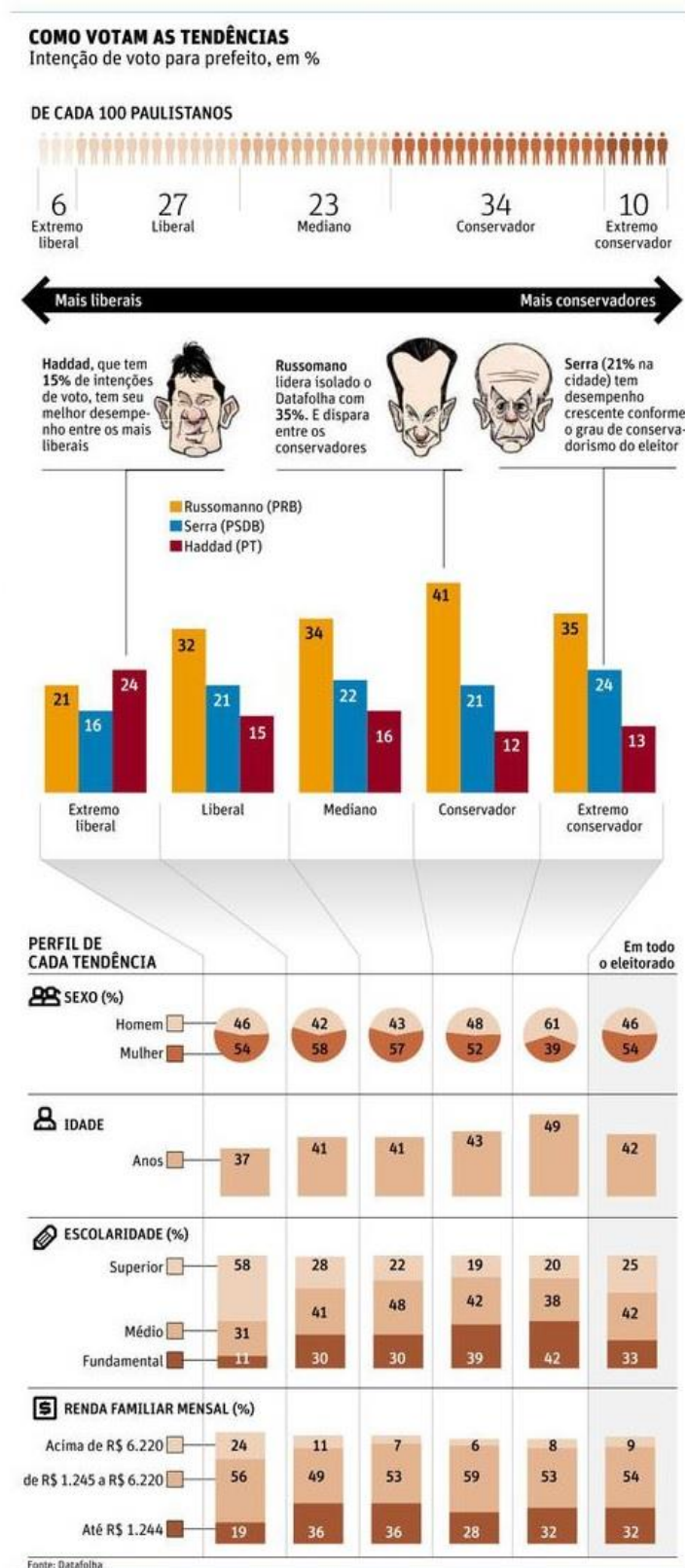
Do ponto de vista dos padrões e relações descobertas pela apuração e explicitadas pelas duas formas de visualização, o gráfico de barras/colunas tem como principal propósito comparar quantidades de dados. Ele pode mostrar o crescimento ou queda de um ou mais dados em um período de tempo. No gráfico de linha, ao contrário, a ideia central é indicar a evolução (crescimento ou queda) de um dado em determinado período de tempo. Por outro lado, a comparação entre dados não é obrigatória, mas em um gráfico de linha múltiplo, mostrando a evolução de mais de um item, isso pode ocorrer (Stovall, 1997). Além desses dois tipos, foram identificados durante a pesquisa outros recursos como gráficos de pizza e mapas, mas em menor quantidade. É importante frisar também que, em uma única visualização, é comum observar uma combinação de diferentes tipos de recursos.

Figura 24 – Visualização de dados publicada no dia 02/07/2012, página. A8.



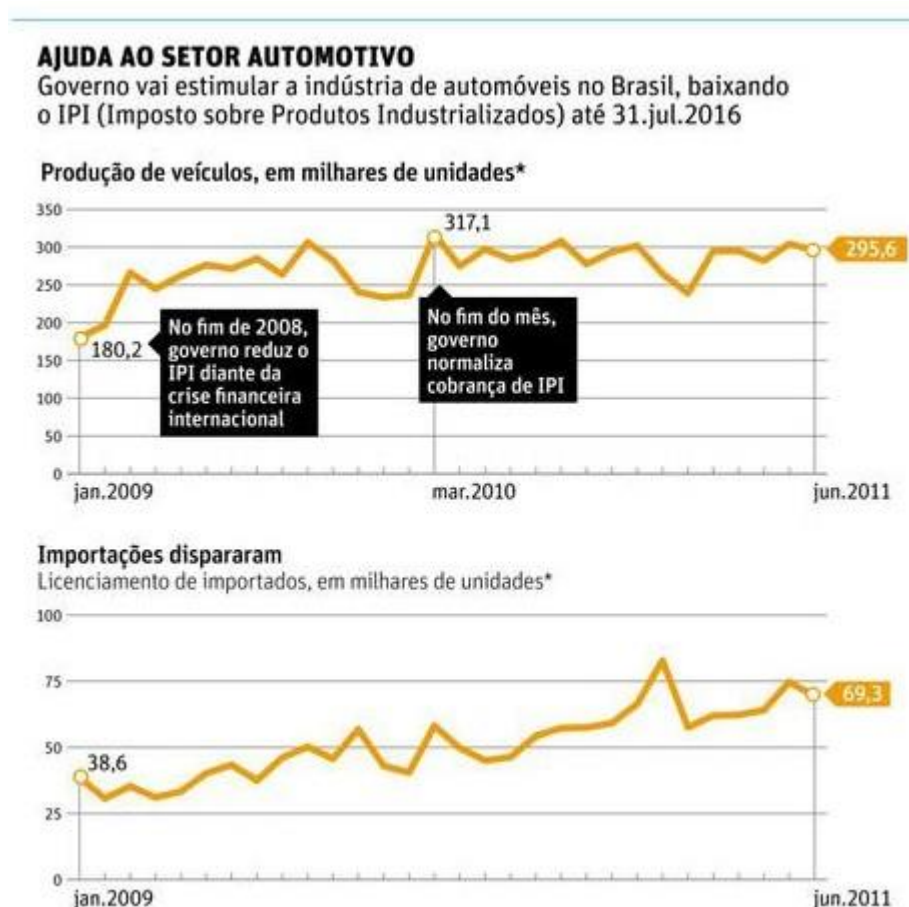
No exemplo mostrado na figura 24, temos um gráfico de barras que faz uma comparação entre recursos obtidos pelos Estados junto ao BNDES. Na figura 25, observamos uma visualização de dados que usa múltiplos gráficos de barras, fazendo comparações e mostrando diferentes relações (como sexo, idade e escolaridade) entre os perfis dos eleitores de cada candidato a prefeito de São Paulo. Neste segundo exemplo, os padrões descobertos a partir de uma grande quantidade de dados ficam mais evidentes.

Figura 25 – Visualização de dados publicada no dia 23/09/2012, página. A4.



Com relação à utilização do gráfico de linhas, o exemplo da figura 26 mostra a evolução da produção e importação de veículos. A reportagem fala sobre os incentivos para o setor automobilístico com a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI). A ideia é mostrar com o gráfico como houve um crescimento por causa da política adotada pelo governo federal.

Figura 26 – Visualização de dados publicada no dia 04/08/2012, página. A4.



Além do tipo de gráfico escolhido evidenciar as relações e padrões encontrados dos dados que se buscam mostrar, Few (2004) explica que dados numéricos sempre apresentam dois tipos de relação: 1) associações simples entre valores quantitativos e subdivisões dentro de uma mesma categoria, que ele classifica como “relações dentro da mesma categoria”; e 2) associações mais complexas entre múltiplos valores quantitativos associados com diferentes categorias, “relações quantitativas”.

Assim, no exemplo da figura 24 (página 88), o gráfico de barras faz uma comparação de um dado (recursos repassados pelo BNDE) entre diferentes Estados. Observamos então uma relação na mesma categoria. Da mesma forma, no exemplo da figura 26 (página 90), o mesmo dado (produção de veículos ou importação de veículos, cada um em seu gráfico) varia em determinado intervalo de tempo. Observamos também uma relação na mesma categoria.

Já no exemplo da figura 25 (página 89), verifica-se o cruzamento de dados das intenções de votos com a idade, sexo e escolaridade dos eleitores. Neste caso há uma correlação entre mais de um dado, então, segundo Few (2004), classifica-se como relações quantitativas. “A natureza visual dos gráficos dota-os com um poder único de revelar padrões de vários tipos, incluindo mudanças, diferenças, semelhanças e exceções”, reforça Few (2004), permitindo ao leitor detectar vários pontos de interesse.

3.4. PROPOSTA DE CONCEITO: A REPORTAGEM VISUAL DE DADOS

Na segunda etapa da análise em que relacionamos as visualizações com jornalismo de dados, ao classificar as infovis publicadas no período de recorte da pesquisa, observamos como era feita a identificação da fonte das informações para saber quais tiveram origem em base de dados. No ano de 2011, das 184 visualizações e infografias publicadas na editoria de Poder entre os meses de julho e outubro, 121 identificavam as fontes de informação e 63 não identificavam. Desse total, pelo menos 71 foram feitas com informações contidas em bases de dados. Em 2012, do total de 214 infovis, 70 não identificaram a fonte, 61 incluíam informações de bases de dados e 83 de outras fontes. Entre as fontes de bases de dados mais citadas está o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que possui diversas informações disponíveis ao público em seu site. Ainda sobre as fontes de informação, no ano de 2012 uma nova legislação facilitou o acesso dos jornalistas e dos cidadãos, de um modo geral, às informações públicas. A Lei Nacional de Acesso à Informação – Lei N^o 12.527 entrou em vigor em maio. Ela estabelece que informações devam estar disponíveis ao público na internet e define também que qualquer cidadão tem direito a solicitar informações a qualquer órgão público, seja municipal, estadual ou federal, e deve receber a resposta em até 20 dias úteis. As exceções ficam por conta de informações consideradas de segurança nacional. Neste ano, no período de análise, quatro

visualizações identificaram que a solicitação de dados foi feita a partir desta lei – incluímos as quatro na classificação de base de dados.

Do ponto de vista da produção das visualizações, de acordo com o editor de Poder da *Folha*, Ricardo Balthazar, em entrevista a autora durante a realização deste trabalho, a utilização de base de dados é comum para acompanhar assuntos que envolvem muitos números como votações no congresso e financiamento de campanha – reforça na prática o que observamos na revisão da literatura. Segundo ele, muitas pessoas na editoria gostam e sabem mexer em planilhas, usando isso “a seu favor”, mas não são todos os repórteres que têm “destreza para usar Excel e catar números na internet”. Questionado sobre a relação entre a apuração em base de dados e a produção de infovis, ele diz que naturalmente os profissionais que trabalham com essas técnicas organizam os dados da matéria de maneira visual e utilizando recursos gráficos.

Passando da apuração para a apresentação das informações e construção de visualização de dados, observamos que, em alguns casos, houve predominância de recursos gráficos sobre o material textual. Nessas publicações, o texto da página torna-se parte integrante da própria visualização, concebendo um tipo de narrativa diferenciada. Partindo do conceito de Teixeira (2010), de reportagem infográfica, esses casos nos chamaram a atenção durante a pesquisa. Com base na tipologia apresentada no capítulo 2, figura 17 (página 66), reportagem infográfica é classificada como um infográfico jornalístico independente. Jornalístico significa que o conteúdo das informações deve apresentar aspectos singulares e particulares (Genro Filho, 1987) do assunto abordado, por se tratar de uma reportagem. Independente significa que a infografia não está vinculada ao texto de uma reportagem porque o próprio texto está integrado na narrativa infográfica.

A partir desta classificação, obtivemos os seguintes dados:

Gráfico 10 – Classificação do tipo de infovis publicadas em 2011

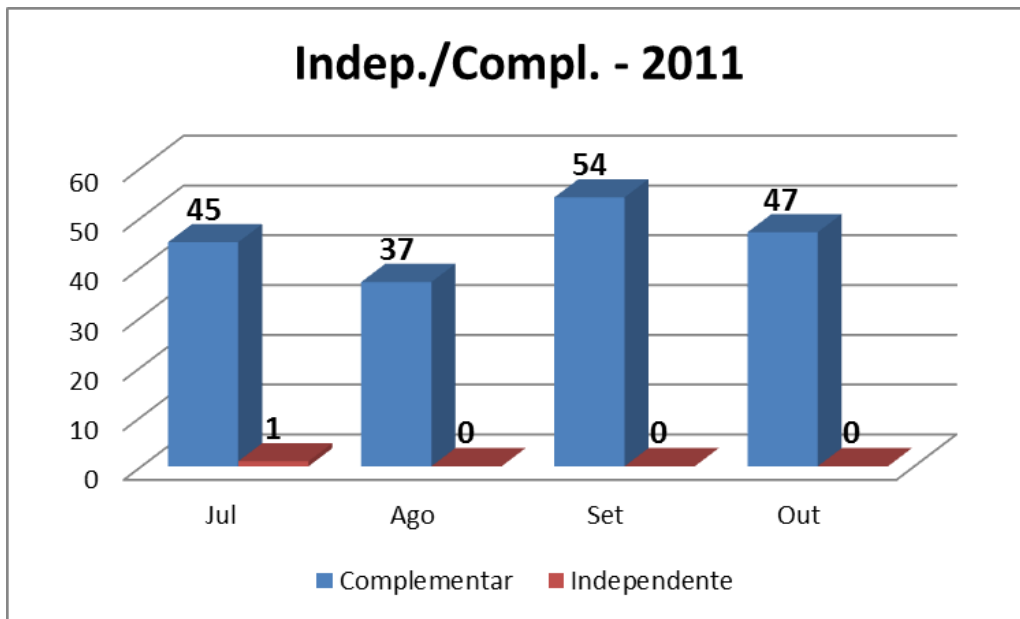
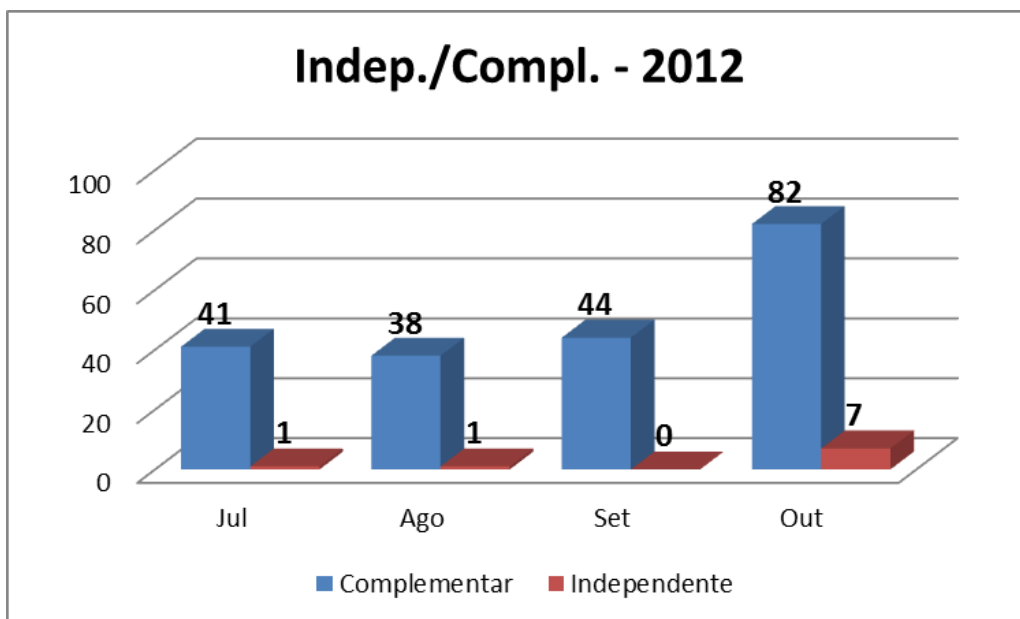


Gráfico 11 – Classificação do tipo de infovis publicadas em 2012



Encontramos as mesmas características descritas por Teixeira (2010) para o conceito de reportagem infográfica ao analisarmos as visualizações de dados da editoria de Poder do jornal *Folha de S.Paulo*, mas com algumas peculiaridades. Ao todo, no período de recorte da pesquisa, foram 10 publicações (uma em 2011 e nove em 2012)

em que prenomina a apresentação visual das informações integrada com um texto que funcionava como a introdução de uma reportagem. Do total, quatro identificaram bases de dados como fonte das informações que construíram a reportagem, três foram feitas a partir de dados de pesquisas eleitoral e três não identificaram a fonte dos dados.

A seguir destacaremos três exemplos, dentre as 10 publicações classificadas como visualizações de dados jornalísticas e independentes, para explicar melhor as características do conceito que estamos propondo.

A primeira delas foi publicada no dia 17 de julho de 2011, uma edição dominical, página A10, e é intitulada “Quebra-cabeça Brasil”. A reportagem usa como gancho¹⁶ um plebiscito que seria realizado para discutir a divisão do Estado do Pará em dois territórios, para contextualizar (apresentar aspectos particulares relacionados ao tema) outros projetos de divisão de Estados pelo restante do país.

¹⁶ No jargão jornalístico se refere à singularidade e atualidade da informação

Figura 27 – Reportagem publicada no dia 17/07/2011, página A10.



O texto de abertura tem início da seguinte forma: “O mapa do Brasil pode ter um novo desenho. A exemplo do plebiscito que vai deliberar sobre a emancipação de Tapajós e Carajás, hoje pertencentes ao Pará, pelo menos outros trezes projetos em discussão no Congresso propõe consultas para a criação de mais cinco Estados e quatro territórios no país”. Neste exemplo, há uma inegável relação entre a primeira frase do texto e a imagem de maior destaque da página, que mostra justamente como ficaria o mapa do Brasil caso as mudanças propostas fossem aprovadas.

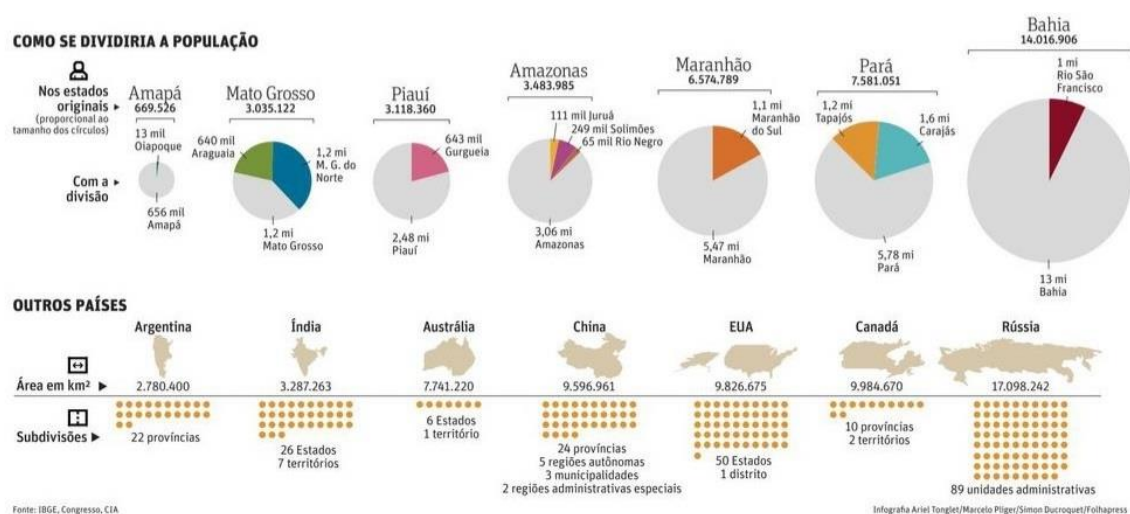
Além do mapa, outras informações que agregam à discussão de divisão de território são apresentadas visualmente – como ficaria a população dos Estados caso houvesse emancipação e como é a divisão de Estados de outros países –, e a própria singularidade da informação, qual seja a realização do plebiscito, é mostrada na forma de um diagrama. Trata-se de um conjunto de múltiplas visualizações de dados e de informação que formam uma narrativa, com várias possibilidades diferentes de entrada de leitura, que pretende dar conta de forma mais aprofundada sobre um tema e que por essa característica se classifica como reportagem e não como notícia. Observe os detalhes:



Figura 28 – Infovis publicada no dia 17/07/2011, página A10.

Detalhe da página: um diagrama dos caminhos possíveis da proposta em discussão até a decisão final sobre a separação de Tapajós e Carajás.

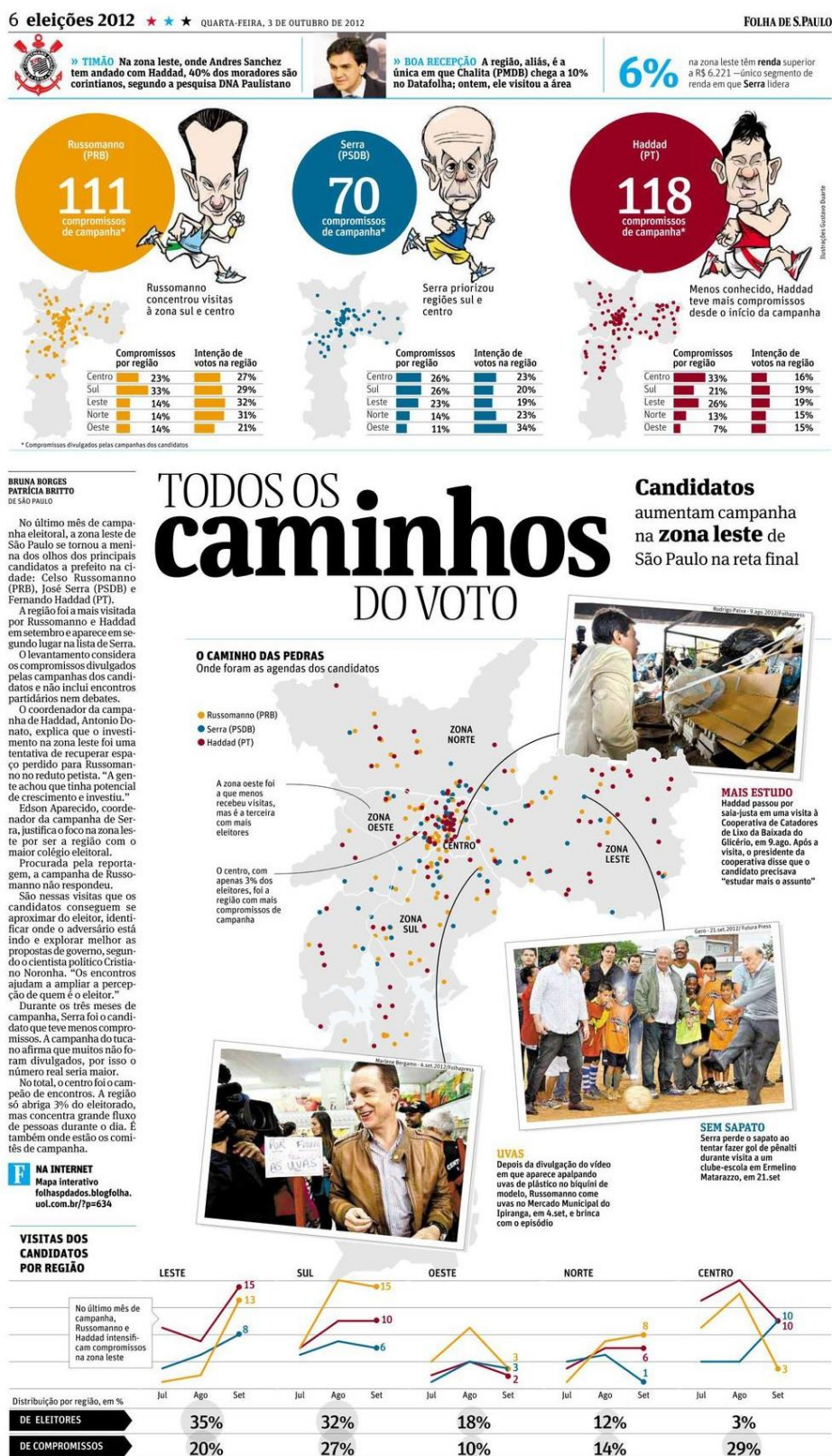
Figura 29 – Infovis publicada no dia 17/07/2011, página A10. Detalhe da página: em cima, gráficos mostram como ficaria a população em cada Estado do país caso houvesse separação; embaixo, gráficos mostram como é a divisão de Estados em outros países.



O segundo exemplo selecionado foi publicado no dia 3 de outubro de 2012, edição de quarta-feira, página 6 do Caderno Especial de Eleições, com o título “Todos os caminhos do voto”. A reportagem trata da corrida eleitoral pela prefeitura de São Paulo na disputa de 2012, focando nos três candidatos com chances de chegarem ao segundo turno do pleito: Celso Russomano (PRB), Fernando Haddad (PT) e José Serra (PSDB). O aspecto singular destacado são os compromissos oficiais dos prefeituráveis em diferentes regiões da cidade.

O texto explica como foi feita a apuração – “O levantamento considera os compromissos divulgados pelas campanhas dos candidatos e não inclui encontros partidários nem debates” – e contextualiza dizendo que “São nessas visitas que os candidatos conseguem se aproximar do eleitor, identificar onde o adversário está indo explorar melhor as propostas, segundo o cientista político Cristiano Noronha”. Mas os principais dados são apresentados pelas visualizações ao longo da página. O texto de abertura apenas pincela algumas informações, ou seja, ele não se sustentaria de forma isolada, foi pensado exatamente para integrar a narrativa com os recursos gráficos que compõe a reportagem, conforme podemos observar a seguir:

Figura 30 – Reportagem publicada no dia 03/10/2012, página 6 Eleições.



A imagem principal da página mostra no mapa as regiões visitadas por cada candidato, evidenciando que o centro da cidade foi a que mais teve à atenção dos postulantes ao cargo de prefeito de São Paulo. A composição inclui fotos que ilustram momentos marcantes da campanha. Na parte superior (detalhe na figura 31), a mesma informação é apresentada com foco nos candidatos – quantas visitas cada um fez durante a campanha. Na parte inferior (detalhe na figura 32), a ideia é mostrar quantas vezes cada candidato visitou as diferentes regiões ao longo da campanha, destacando que a região Leste (onde se concentra o maior número de eleitores) foi a mais visitada no último mês. Assim como no exemplo anterior, temos um conjunto de múltiplas visualizações de dados integrado com o texto e que permite várias possibilidades diferentes de entrada de leitura.

Figura 31 – Detalhe da infovis publicada no dia 03/10/2012, página 6 Eleições.

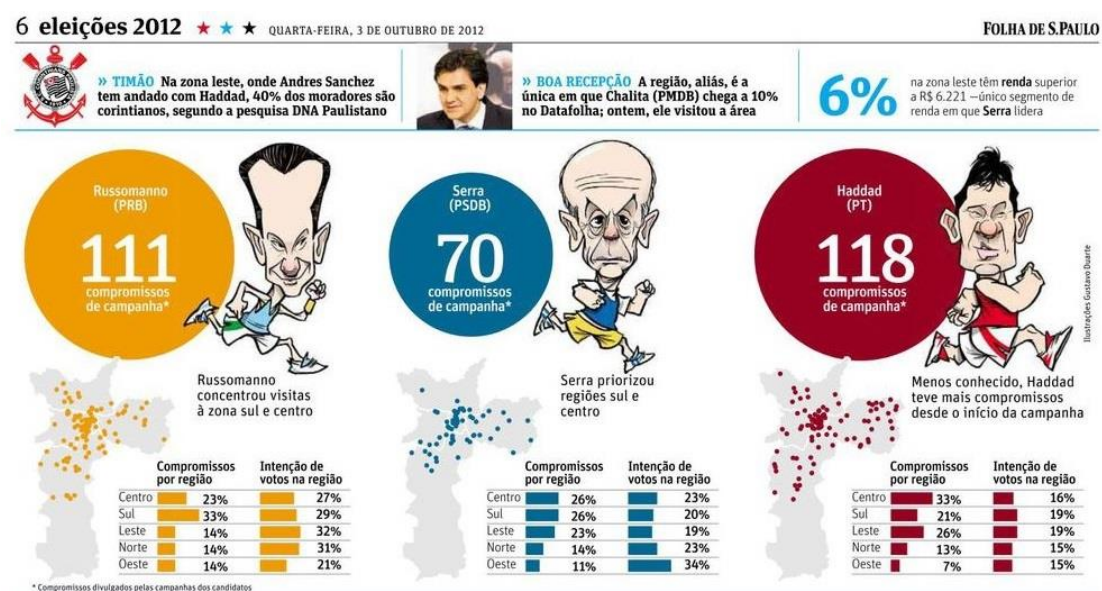
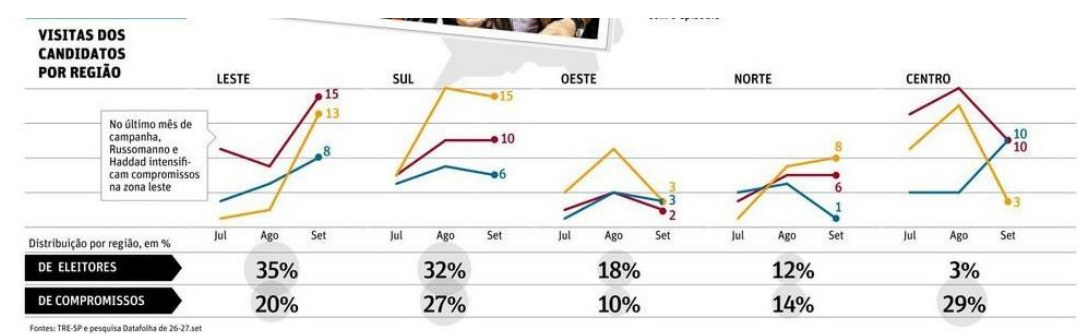


Figura 32 – Detalhe da infovis publicada no dia 03/10/2012, página 6 Eleições.



Por último, destacamos uma reportagem de página dupla publicada no dia 8 de outubro de 2012, edição de segunda-feira (dia seguinte às eleições daquele ano), páginas 18 e 19 do Caderno Especial de Eleições, com o título “PMDB é campeão em número de prefeitos, PT vence em total de votos”. A reportagem mostra detalhadamente a apuração dos votos da eleição para prefeito no país, usando como critério a divisão por partidos (figuras 33 e 34). A organização principal dos dados é feita de duas formas: 1) quantidade de prefeitos eleitos por partidos e 2) quantidade de votos que cada partido recebeu. A apresentação é construída a partir de um mapa do Brasil distorcido. A distorção relaciona exatamente o número de eleitores por cidade. Assim, embora o Rio de Janeiro seja um Estado territorialmente menor que Santa Catarina, por exemplo, ele aparece no mapa com tamanho maior porque a sua quantidade de eleitores é maior. Como não se trata de um tipo de visualização comumente utilizada pelo jornal, no canto inferior direito da página, um pequeno texto explica como ler o mapa.

O conjunto de visualizações apresenta outras maneiras de organização dos dados ao longo das duas páginas. Em um gráfico de linha da página 19, junto com diversos mapas menores do Brasil, visualiza-se a comparação dos números de prefeitos eleitos por partidos e, dentro das próprias siglas, é feita uma comparação com os eleitos na disputa de 2008, mostrando quais legendas expandiram sua influência e quais tiveram queda. Mais abaixo, em um gráfico de barras, são compilados os votos totais por partidos, também comparando com a eleição anterior. Há outra comparação entre dados: o total de candidatos por partido em relação ao total de eleitos. Esse gráfico é também de barras e foi intitulado “Taxa de sucesso eleitoral”.

Novamente nos deparamos com uma narrativa essencialmente baseada em números, com a integração de texto e recurso visuais (neste caso mapas e gráficos). A partir de um aspecto singular da eleição (o resultado das votações propriamente dito), a reportagem faz um recorte (divisão por partidos), buscando uma contextualização que vá além de simplesmente dizer qual foi o resultado do pleito, e apresenta ao leitor uma interpretação dos dados apurados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Ou seja, dá sentido a uma grande massa de informações quantitativas (Crucianelli, 2012, 2013; Fidalgo, 2007; Gray; Bounegru; Chambers, 2014; Han; Kamber; Pei, 2012; Machado, 2002) a partir de um conjunto de visualizações de dados.

PMDB é campeão em número de prefeitos, PT vence em total de votos

Tucanos elegem 688 candidatos, queda de 13% em relação à última eleição; PSD elegeu o dobro do DEM

Quinto partido que mais elegeu prefeito, o PSB teve o melhor resultado proporcional, com 41% de evolução

DE SÃO PAULO

O PMDB foi, mais uma vez, o partido que mais elegeu prefeitos no Brasil. Até o fechamento desta edição, com 5.493 resultados anunciados (99% do total), 1.016 peemedebistas haviam conquistado

mandato de prefeito.

O desempenho, porém, não pode ser considerado um êxito absoluto. Em relação a 2008, a sigla encolheu quase 15% em total de vitórias.

Essa conta é uma preliminar, pois não considera algumas cidades em que a apuração ainda estava aberta na noite de ontem nem as disputas de segundo turno, marcadas para o fim do mês.

Entre os partidos médios e grandes, PT e PSB foram as duas legendas com melhor desempenho nacional.

Até 23h25 de ontem, o PT já havia assegurado 627 prefeituras (14% a mais que em 2008). Em número total de votos, o PT ultrapassou o PMDB e tornou-se o partido mais sufragado para prefeito no país, com 17,3 milhões de votos, uma evolução de 4% em relação a 2008.

O desempenho proporcional do PSB foi ainda melhor. Cresceu 51% no total de votos e 41% em número de prefeitos eleitos. Nesta eleição, o PSB foi o quinto partido que mais elegeu prefeito.

O PSDB, principal sigla de oposição no plano federal, conseguiu manter a posição de segundo partido em número de prefeitos (688 eleitos), mas elegeu 13% a menos que em 2008. Em todo o país, candidatos tucanos tiveram 13,9 milhões de votos, queda 4% sobre 2008.

Já o recém-criado PSD, liderado pelo prefeito de São Paulo, Gilberto Kassab, elegeu pelo menos 493 prefeitos ontem. Foram 219 vitórias a mais que o DEM, a sigla de origem de Kassab.

Das 83 cidades em que era possível acontecer segundo turno (as que têm mais de 200 mil eleitores), 50 terão novas eleições no próximo dia 28.

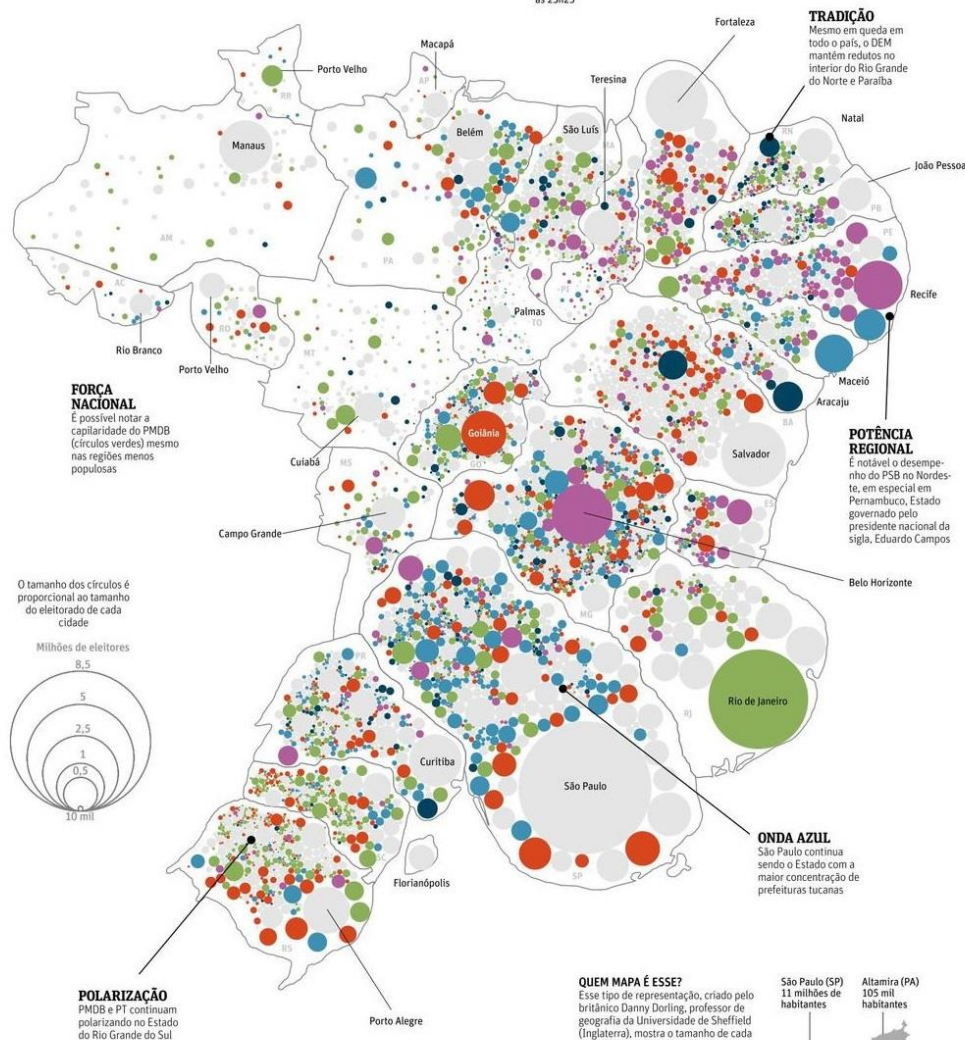
Nesse grupo de cidades, o PT foi o partido que mais venceu no primeiro turno, com oito triunfos. PSDB e PSB elegeu 5 prefeitos em primeiro turno cada um.

No fim do mês, PT e PSDB irão se enfrentar em pelo menos seis das maiores cidades: São Paulo, João Pessoa (PB), Rio Branco (AC), Pelotas (RS), Guarulhos e Taubaté (SP).

QUEM VENCEU NAS URNAS PELO PAÍS

PT PMDB DEM PSDB PSB
Outros partidos, disputa em 2º turno ou resultado indefinido até 23h25

Resultado até o fechamento desta edição, às 23h25



Infográfico Simon Ducroquet/Folhapress

Figura 34 – Reportagem publicada no dia 08/10/2012, página 19 Eleições

FOLHA DE S. PAULO

SEGUNDA-FEIRA, 8 DE OUTUBRO DE 2012

★ ★ ★ eleições 2012 19



PMDB

Foi mais uma vez o partido que elegeu o maior número de prefeitos: 986. Apesar disso, o partido sofreu uma queda em relação ao desempenho de 2008, quando elegeu 1.193



PSDB

O partido manteve o mesmo padrão de desempenho de quatro anos atrás: hegemonia no Sudeste, principalmente em São Paulo, e alguma concentração numa faixa estreita do Nordeste



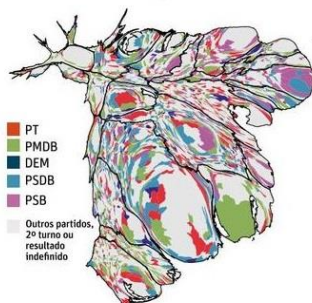
PT

O número de prefeitos eleitos pela sigla em 2008 para 598 agora. O padrão de distribuição é parecido com o de antes



DEM

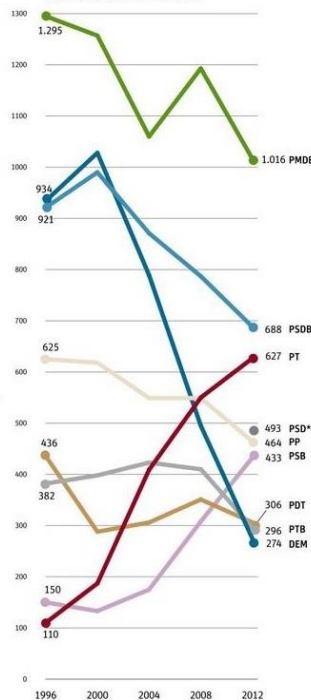
A sigla, que chegou a eleger 1.028 prefeitos no ano 2000, caiu mais uma vez. O total de prefeitos eleitos agora é pouco mais da metade dos eleitos em 2008, quando o partido já estava em queda



DISTORCIDO
Neste outro modelo de mapa, as áreas das cidades crescem ou diminuem conforme o tamanho do eleitorado, mas procurando manter um traço semelhante aos limites dos municípios

PREFEITOS ELEITOS POR PARTIDO*

Resultado até as 23h25 de ontem



VOTOS TOTAIS POR PARTIDO

Votação para prefeito no 1º turno, em milhões



TAXA DE SUCESSO ELEITORAL

Proporção de prefeitos eleitos sobre o número de candidatos*



*Em 2012, 16 considera 2º turno **Partido não existia nas eleições anteriores

ANÁLISE

Nenhuma sigla pode se considerar a grande vencedora

ELIANE CANTANHÊDE
COLUNISTA DA FOLHA

O segundo turno entre o tucano José Serra e o petista Fernando Haddad em São Paulo garante a vitória à polarização nacional PSD-PT, mas o principal marco da eleição para prefeituras de capitais neste ano foi a pulverização partidária.

Nenhuma sigla pode se arrogar como grande vencedora. Agora o PSB, que ganhou em Belo Horizonte e Recife, e o PMDB, que levou no Rio de Janeiro e em Boa Vista, as vitórias em primeiro turno foram fatiadas entre vários partidos, cada um deles com uma capital. São eles: PDT (Porto Alegre), PT (Goiânia), PP (Palmas), PSDB (Maceió) e DEM (Aracaju).

O partido que mais concorre às capitais em segundo turno é o PSDB, em oito. Depois o PT, com cinco, o PDT, com quatro, e o PMDB, com três. É claro, porém, que há capitais e capitais. No eixo político e econômico do país, sobressaem-se os principais partidos, com PMDB consolidado como força hegemônica no Rio, o PSB em aliança com o PSDB, em BH, e PT e PSDB disputando São Paulo. O PMDB, que tem a maior capilaridade nacional, fez o maior número de prefeituras, incluindo capitais e interior. Em segundo lugar está o PSDB, e o PT, em terceiro, segundo dados de ontem.

CACIQUES

A presidente Dilma Rousseff pode se considerar perdedora na eleição, já que articulou pessoalmente a desistência do PMDB e o apoio do PSD ao candidato do PT em Belo Horizonte, Patrus Ananias, que foi derrotado.

O vitorioso foi o atual prefeito, Marcio Lacerda, do PSB, em uma aliança que pode se tornar perigosa para Dilma em 2014: entre o governador de Pernambuco, Eduardo Campos, do PSB, e o senador Aécio Neves, do PSDB.

Campos tem um pé no governo e outro na oposição e, se não se arvorar ele mesmo em candidato, tanto pode apoiar Dilma quanto Aécio na sucessão presidencial.

O ex-presidente Lula também sofreu derrota doída em Recife, onde a cúpula nacional do PT vetou a candidatura do prefeito João da Costa à reeleição e amargou o terceiro lugar com um nome imposto de cima para baixo.

A derrota ou a vitória de Lula, porém, como a do governador Geraldo Alckmin, depende dos resultados do segundo turno em São Paulo, onde as campanhas devem ser acirradas e agressivas. O que está em jogo, ali, é muito mais do que só a principal prefeitura do país.

Ali também começam a se desenhar as alianças que vão extrapolar as eleições municipais e tendem a chegar à eleição presidencial.

Se Eduardo Campos derrotou Lula e o PT em BH e Recife, o vice-presidente Michel Temer correu para providenciar ontem mesmo o apoio do PMDB a Haddad em São Paulo. Está garantindo o próprio espaço em 2014.

AFORA O PSB E O PMDB, AS VITÓRIAS EM CAPITALS NO PRIMEIRO TURNO FORAM FATIADAS ENTRE VÁRIOS PARTIDOS

Tendo em vista esses exemplos, nossa proposta é classificar essas infovis como “reportagens visuais de dados”, que conceitualmente, são narrativas visuais em que texto e recursos gráficos de visualização de dados são integrados para apresentar as informações. A reportagem visual de dados é uma subdivisão do que classificamos como visualização de dados e na tipologia de Teixeira (2010) ela se enquadra em nas categorias “jornalística” e “independente”. “Ao fazer análises da narrativa jornalística estamos buscando compreender o jornalismo como uma atividade produtora de sentidos, formadora e estruturadora do pensamento contemporâneo em todas as dimensões que esta afirmação sugere” (Motta, 2004: 22).

Essa modalidade tem como pré-requisito a compilação de grande quantidade de dados numéricos (diferentemente da reportagem infográfica em que os recursos gráficos não necessariamente são numéricos). A apuração desse tipo de reportagem é frequentemente feita a partir de informações disponíveis em uma ou mais base de dados e pode ser complementada com entrevistas. As reportagens visuais de dados, então, preenchem os requisitos do jornalismo de dados e visualização de dados que elencamos anteriormente: dar um significado tangível a partir do abstrato, explicar às pessoas como uma grande quantidade de dados afeta suas vidas, interpretar dados a partir da observação de padrões e da revelação de relações entre esses dados (Crucianelli, 2012, 2013; Fidalgo, 2007; Gray; Bounegru; Chambers, 2014; Han; Kamber; Pei, 2012; Machado, 2002; Manovich, 2011). Isso é feito a partir de uma narrativa única composta por uma linguagem que une elementos textuais e gráfico-visuais, pensados e produzidos para ser apresentados juntos.

Entendemos, como Teixeira (2010), que a classificação no jornalismo cumpre basicamente as funções de auxiliar no ensino da atividade jornalística e de orientar a prática profissional e consumo da informação. Por essa razão, defendemos a importância de compreender e classificar essa modalidade do gênero informativo que aqui chamamos de “reportagem visual de dados”, com o intuito de, humildemente, contribuir para a formação profissional dos jornalistas, bem como para a própria construção da teoria do jornalismo dentro da academia. A modalidade de reportagem aqui proposta conceitualmente está também intimamente relacionada às discussões deste trabalho realizadas no capítulo 1. Na medida em que relaciona dados e atribui significado a uma grande quantidade de números, ajudando o público leitor a interpretar os assuntos, a reportagem visual de dados cumpre também as funções debatidas sobre a função da imprensa como esfera pública.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde a invenção de Gutemberg, imprensa, política e poder mantêm uma relação bastante próxima (Motta, 2002). Essa ligação vem sendo estudada por diversos pesquisadores e um dos que se debruçou sobre a questão para descrevê-la foi o alemão Jürgen Habermas, no clássico *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. De acordo com o pesquisador, na era liberal, durante a formação da classe burguesa, a imprensa teve participação importante no desenvolvimento da esfera pública. Seria por meio da esfera pública que assuntos de interesse da população eram debatidos, de forma a influenciar de alguma maneira nas decisões políticas. A esfera pública deve, necessariamente, dar visibilidade e condições de argumentação aos assuntos de interesse público.

Mas o papel da imprensa na construção da esfera pública começa a perder centralidade, na avaliação de Habermas, com a formação dos meios de comunicação de massa. O autor considera que, em comparação com a imprensa da era liberal, os meios de comunicação de massa, à medida que aumentam a visibilidade dos temas de interesse público, diminuem as condições de discussão e argumentação a respeito deles. Para o autor, o que abriu espaço para a criação da esfera pública foi a separação entre Estado e sociedade civil e quando essa separação começou a sucumbir, com o caráter intervencionista dos governos, as instituições que proporcionavam o fórum da esfera pública, entre elas a imprensa, desapareceram ou sofreram mudanças radicais (Thompson, 2012: 108). No caso dos jornais, Habermas considerou que a transformação para meios de comunicação de massa limitou o debate, transformando-os em produtos consumo e manipulação da opinião pública.

Ao longo de nosso trabalho, buscamos revisar o conceito de esfera pública a partir da obra original de Habermas, dos autores que estudaram e dialogaram com o pesquisador alemão e da própria reformulação teórica feita por ele anos depois. Thompson (2012) aponta que os novos meios de comunicação de massa, mais do que se desenvolveram com novas formas de transmissão da informação, criaram novas formas de ação e interação entre as pessoas. Groth (2011: 320) diz que desde que o jornal recebeu o direito e a obrigação de informar os leitores por meio de notícias e opiniões, a publicidade dada pela imprensa aos assuntos se tornou um “corretivo poderoso do agir socialmente”, uma forma possível de fiscalizar o poder político. Habermas, na reformulação do conceito de esfera pública, “compreende duas funções: 1) sistema de

detecção de problemas sociais; 2) supervisionar o tratamento que o sistema político aplica a estes problemas” (Silva, 2002: 160).

Nossa revisão da literatura embasou a pesquisa empírica que buscava verificar como o jornalismo político poderia ser experimentado como esfera pública nos dias de hoje com a utilização de infografia e visualização de dados. Nossa hipótese era de que as chamadas infovis têm o potencial de contribuir para uma construção narrativa que vá além do jornalismo declaratório – aquele que reúne uma série de falas de políticos e fontes, sem estabelecer relações entre dados e fatos. “O jornalismo como modo singular de conhecer o mundo não exclui as declarações dos envolvidos no fenômeno em discussão, mas impõe que haja uma checagem dos dados obtidos, resultando numa afirmação construída e assumida pela enunciação jornalística” (Machado, 1992: 109).

Com o estudo de caso da editoria de Poder do jornal *Folha de S.Paulo*, com a análise quantitativa e qualitativa dos dados coletados durante a pesquisa, e com os exemplos destacados ao longo da dissertação, observamos que a utilização de infovis permitiu que assuntos de interesse da população fossem abordados na agenda da mídia e repercutissem na agenda do público (McCombs, 2009), consequentemente gerando debate na esfera pública. Destacamos que, conceitualmente, no caso da visualização de dados, o objetivo principal é justamente revelar padrões e relações a partir de uma grande quantidade de números (Crucianelli, 2012, 2013; Gray; Bounegru; Chambers, 2014; Han; Kamber; Pei, 2012; Machado, 2002; Manovich, 2011). Ou seja, os temas tratados pelas visualizações dificilmente seriam abordados de outra maneira porque precisam da infovis para dar sentido às informações.

Dessa forma, entendemos que o jornalismo, quando estabelece as relações entre dados e fatos – não só pela infovis, mas também a partir dela –, tem importante papel na esfera pública nos dias de hoje e pode, potencialmente, dar visibilidade e condições de argumentação aos assuntos, contribuindo para a democracia. “Podemos ver que as instituições da mídia têm um papel particularmente importante no desenvolvimento da democracia deliberativa. Elas fornecem informações e pontos de vista para que os indivíduos formem juízos de valor sobre assuntos de seu interesse” (Thompson, 2012: 321). Wolton (1995, 168) também compartilha desse raciocínio dizendo que “o espaço público mediatizado é um dos lugares simbólicos, por vezes, o único, onde se pode gerir essa característica contraditória das sociedades atuais”.

Ao longo deste trabalho, além de revisar os conceitos e teorias relacionadas ao Jornalismo Político e Comunicação e Política (foco de nosso objeto empírico), estudamos e discutimos conceitos sobre infografia e visualização de dados, buscando estabelecer uma diferenciação entre os dois, proposta no âmbito do Núcleo de Pesquisas em Jornalismo Científico, Infografia e Visualização de Dados (Nupejoc). Ambas estão inseridas no que chamamos de visualização da informação, mas, em nosso entender, cada uma possui características próprias. Alguns autores trabalham com infografia e visualização de dados como sinônimos. Discordamos porque defendemos que compreender as diferenças entre elas é importante para a apuração e produção das reportagens jornalísticas que utilizarão infovis.

Sendo assim, utilizamos para esse trabalho o conceito de infografia como um subgênero do jornalismo informativo que utiliza uma narrativa composta por imagem e texto, de forma que ambos sejam imprescindíveis para a compreensão da mensagem e não possam ser descartados (Teixeira, 2010). A visualização de dados, por sua vez, é uma forma gráfica de apresentação das informações construída necessariamente a partir de uma grande quantidade de números com o objetivo de dar sentido a essa massa de dados brutos. Enquanto na visualização o amplo volume de dados numéricos é considerado um pré-requisito, na infografia não é sequer um elemento obrigatório.

Observamos ao longo da pesquisa, comprovando uma das hipóteses iniciais do trabalho, que a editoria de Poder da *Folha de S.Paulo* utiliza visualização de dados com mais frequência que infografia. Entre os motivos identificados para esse fato, destacamos os assuntos abordados pela editoria (como: investimentos públicos, orçamento público, dívida, taxas de juros) que possuem grandes quantidades de dados numéricos e acabam por favorecer a utilização de visualização de dados.

Na produção do jornal, percebemos, com base nas entrevistas realizadas, que os profissionais que trabalham na cobertura de política e na editoria de Arte da redação da *Folha* dão preferência ao uso de infovis quando o assunto envolve muitos números ou explicações complexas, por compreenderem que ela pode ser mais eficiente que um texto convencional. Concluímos também que a utilização da infovis é favorecida pelo projeto gráfico do jornal, que tem forte apelo para recursos visuais, e também pela compreensão do editor que comanda a seção de Poder, que tem afinidade com infografia e visualização de dados. Apesar da utilização frequente de infovis, o editor narra que há

dificuldades na produção. A principal delas seria a falta de cultura visual por parte dos repórteres.

Por último, a partir das publicações analisadas no estudo de caso, propomos no terceiro capítulo um conceito de “reportagem visual de dados”. Observamos que com a utilização da visualização de dados, em alguns casos, o jornal estudado criou uma nova forma de narrativa, em que predomina a utilização de recursos visuais. O conceito se assemelha ao que Teixeira (2010) classifica como reportagem infográfica, mas em vez do uso de infografia, temos a visualização. De acordo com a autora, reportagem infográfica trata-se de uma forma diferenciada de narrar, que utiliza vários recursos em conjunto para compor um infográfico complexo, e proporciona uma contextualização em profundidade de determinado tema.

No caso da reportagem visual de dados também há a utilização de vários recursos, formando uma visualização complexa. Novamente, como o conceito que discutimos no segundo capítulo para visualização de dados, o pré-requisito é a compilação de grande quantidade de dados numéricos. A apuração desse tipo de reportagem é frequentemente feita em base de dados, podendo ser complementada com entrevistas. As reportagens visuais de dados dão significado tangível a partir dos dados abstratos e oferecem uma explicação às pessoas de como uma grande quantidade de dados afeta suas vidas, interpretando dados a partir da revelação de padrões e estruturas desses dados.

Com essa forma narrativa observada na prática da editoria de Poder da *Folha*, retomamos as discussões feitas no primeiro capítulo dessa dissertação. Consideramos que a reportagem visual de dados, na medida em que trata de um assunto em profundidade, fugindo do jornalismo declaratório, tem alto potencial para dar visibilidade a assuntos de interesse geral da população na esfera pública, pois estes só vêm à tona quando a visualização consegue estabelecer as relações entre os dados para mostrá-las ao público. Com isso, a reportagem visual de dados permite também que os leitores tenham informações que fomentem debates sobre esses temas, ou seja, dá condições de argumentação dos assuntos de interesse público.

Na reportagem mostrada no capítulo 3, sobre os partidos que mais receberam votos e mais elegeram prefeitos nas eleições municipais de 2012, figuras 33 e 34, muito mais do que uma forma de ilustrar as páginas, os recursos utilizados desenham um mapa do poder das legendas em todo o país, apresentando informações altamente relevantes

para o público e para a democracia. O jornal, nesse caso, cumpre o papel descrito por Schudson (2008), ao falar de como a imprensa serve à democracia, de interpretar informações para ajudar o leitor a compreender a complexidade do mundo na atualidade. Nesse exemplo, é possível afirmar com segurança que os dois textos nas duas páginas de reportagens representam menos de um quarto do espaço, ou seja, a predominância é de visualização da informação – que caracteriza o que estamos chamando de reportagem visual de dados. Dessa forma, voltamos a afirmar que o jornalismo tem potencial nos dias de hoje de promover debates na esfera pública e que a visualização de dados pode contribuir para isso ao dar visibilidade a assuntos de interesse público.

Ao final da pesquisa, consideramos que foi possível alcançar o objetivo principal desse trabalho, qual seja compreender como e por que a infografia e a visualização de dados vêm sendo utilizadas na cobertura de jornalismo político, descrevendo suas características e relacionando-as com as discussões que envolvem a pesquisa de Comunicação e Política. As hipóteses inicialmente levantadas foram comprovadas e novas descobertas foram feitas durante a análise do objeto empírico, como a própria proposta do conceito de reportagem visual de dados, não prevista inicialmente.

Pela complexidade do tema de pesquisa escolhido, entendemos que ainda há um longo caminho acadêmico a ser trilhado, com a realização de futuros trabalhos que possam preencher diversas lacunas. Na literatura sobre infografia e visualização de dados, por exemplo, frequentemente os autores defendem que essas formas de apresentação das informações permitem uma compreensão melhor dos assuntos em relação ao texto convencional. De Pablos (1999), na década de 1990, realizou pesquisa de recepção sobre o tema para comprovar essa hipótese. Mas como a infografia e a visualização de dados vêm evoluindo cada vez mais, não apenas na mídia impressa, como também nos meios digitais, apresentando ao leitor recursos visuais cada vez mais complexos, seria interessante, por exemplo, realizar novas pesquisas com leitores sobre a aceitação e interesse do público em relação a essas formas de apresentação das informações. A própria utilização da reportagem visual de dados, que sugerimos nesse trabalho, é um tema interessante para realização de pesquisas com leitores.

De qualquer forma, apesar das lacunas que precisam ser preenchidos na pesquisa em Comunicação e Política e visualização da informação, esperamos que nosso trabalho tenha contribuído na construção das teorias do Jornalismo, oferecendo aos profissionais da área (jornalistas e infografistas) e aos pesquisadores subsídios para dialogar e avançar nesses temas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

AZEVEDO, Fernando Antonio . Agendamento da Política. In: Antônio Albino Canelas Rubim. (Org.). **Comunicação Política: abordagens e modelos**. Comunicação Política: Abordagens e modelos. São Paulo: Editora da UNESP, 2004, p. 41-72.

BALDESSAR, Maria José. Apontamentos sobre o uso do computador e o cotidiano dos jornalistas. In: XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Computação, Campo Grande, 2001. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2BALDESSAR.PDF>

Acessado em 24/06/2014

BARBOSA, Marialva. Reflexões sobre a imprensa no Brasil de 1808. **Estudos em Jornalismo e Mídia** (UFSC), v. V, p. 91-109, 2008. Disponível em:

<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n2p91>

Acessado em 24/06/2014

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital em base de dados**. 2007. Tese de Doutorado. Universidade Federal da Bahia. Disponível em:

http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/tese_suzana_barbosa.pdf

Acessado em 24/06/2014

BINSBERGEN, Joram. The distinct disciplines of infographics and information visualisations. Master of Media, 2014. Disponível em:

<http://mastersofmedia.hum.uva.nl/2014/04/16/the-distinct-disciplines-of-infographics-and-information-visualisations/>

Acessado em 24/06/2014.

CAIRO, Alberto. **El arte funcional: infografía y visualización de información**. Madrid: Alamut, 2011.

CAIRO, Alberto. **Infografía 2.0: visualización interactiva de información em prensa**. Madrid: Alamut, 2008.

CHAIA, Vera. Investigação sobre comunicação política no Brasil. **Ponto e Vírgula**, São Paulo, n. 2, v.2, p.161-177, 2007. Disponível em: <http://www.pucsp.br/ponto-e-virgula/n2/pdf/12-vera.pdf>. Acesso em: 31 out. 2012.

CRUCIANELLI, Sandra. **Ferramentas digitais para jornalistas**. Knight Foundation, 2014. Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/ebook/ferramentas-digitais-para-jornalistas-pt-br> Acessado em 24/06/2014

CRUCIANELLI, Sandra. Que es ele periodismo de datos?. **Cuadernos de Periodistas**, Madrid, n. 26, p. 106-124, 2013. Disponível em: [http://www.apmadrid.es/images/stories/106-124\(1\).pdf](http://www.apmadrid.es/images/stories/106-124(1).pdf) Acessado em: 20/05/2014.

CRUCIANELLI, Sandra. Jornalismo de dados: o bom, o mau e o feio. **Rede de Jornalistas Internacionais**, 2012. Disponível em: <http://ijnet.org/pt-br/stories/jornalismo-de-dados-o-bom-o-mau-e-o-feio> Acessado em: 20/05/2014.

CRUVINEL, Tereza. Colunismo: análise, opinião e ética. In SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de (orgs.). **Jornalismo político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

DE PABLOS, José Manuel. **Infoperiodismo: el periodista como creador de la infografía**. Madrid: Síntesis, 1999.

FERREIRA, Gil Baptista. Qual o papel do jornalismo nas democracias contemporâneas? Jornalismo publico e deliberação política. **Exedra**, Coimbra, pg. 79 a 92, 2011. Disponível em: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3684525> Acessado em 24/06/2014.

FEW, Stephen. **Information dashboard design**. Print History, 2006.

FEW, Stephen. **Show me the numbers**. Analytics Press, 2004.

FIDALGO, Antonio. Data mining e um novo jornalismo de investigação. In: BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Universidade da Beira Interior, 2007. pg. 155-168. Disponível em:

http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110824-barbosa_suzana_jornalismo_digital_terceira_geracao.pdf

Acessado em 24/06/2014

FRANCA, Vera. Comunicação e política: edifica-se uma tradição?. **Revista Eletrônica Compós**, Salvador, 2000.

FRASER, Nancy. Rethinking the public sphere: a contribution to the critique of actually existing democracy. In: CALHOUN, Craig (Ed). **Habermas and the public sphere**. Cambridge: MIT Press, 1996.

FREITAS, C. M. D. S. ; CHUBACHI, O. M. ; LUZZARDI, Paulo Roberto Gomes; CAVA, Ricardo Andrade. Introdução à Visualização de Informações. **Revista de Informática Teórica e Aplicada**, Porto Alegre, RS, v. 8, n. 2, p. 143-158, 2001. Disponível em:

<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/19398/000300210.pdf?sequence=1>.

Acesso em: 31 out.2012

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**. Porto Alegre: Tchê!, 1987. Disponível em: www.adelmo.com.br. Acesso em: 20/04/2011

GENTILLI, Victor. Cidadania, direitos e informação. **Pauta Geral**, Salvador, v. 1, n. 1, p. 45-55, 1993.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses**: ensaios de teoria do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2009.

GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. **Comunicação e Democracia**: problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy. **Manual de Jornalismo de dados**. 2014. Disponível em: <http://datajournalismhandbook.org/pt/>

Acessado em 20/05/2014.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido: fundamentos da ciência dos jornais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da Esfera Pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HAN, Jiawei; KAMBER, Micheline; PEI, Jian. **Data Mining: Concepts and Techniques**. Simon Fraser University, 2012. Disponível em:

[http://www.cse.hcmut.edu.vn/~chauvtn/data_mining/Texts/\[11\]%20Data%20Mining%20-%20Concepts%20and%20Techniques%20\(3rd%20Ed\).pdf](http://www.cse.hcmut.edu.vn/~chauvtn/data_mining/Texts/[11]%20Data%20Mining%20-%20Concepts%20and%20Techniques%20(3rd%20Ed).pdf)

Acessado em: 20/05/2014.

HARRIS, Christopher; LESTER, Paul. **Visual Journalism: a guide for new media professional**. Boston, Allyn na Bacon, 2002.

HOLMES, Nigel. **Designer's Guide to Creating Charts and Diagrams**. 1991

KANNO, Mário. **Infografe**: como e porque usar infográficos para criar visualizações e comunicar de forma imediata e eficiente. São Paulo: Infolide, 2013. Disponível em:

<http://www.infolide.com/2013/08/infografe-o-novo-livro-de-infografia-de.html>

Acessado em: 24/06/2014.

KANNO, Mário; BRANDÃO, Renato. **Manual de Infografia: Folha de S.Paulo**. São Paulo, 1998. Disponível em:

http://www.scribd.com/fullscreen/8448371?access_key=key-16jres5y8hvvzh4ob1xt&allow_share=true&escape=false&view_mode=scroll

Acessado em: 24/06/2014.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. In: Lago, Claudia e Benetti, Marcia. (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

MACHADO, Elias. **O jornalismo digital em base de dados**. Florianópolis: Calandra, 2006.

MACHADO, Elias. O ciberespaço como fonte para os jornalistas. Biblioteca on-line de ciências da comunicação, Beira do Interior, 2002. Disponível em:

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>

Acessado em 24/06/2014

MACHADO, Elias. **A dialética do discurso jornalístico**. 1992. 186 f. Dissertação (Mestrado) - UFRJ, Rio de Janeiro, 1992.

MANOVICH, Lev. O que é visualização? Trad. Ana Elisa Ribeiro, Francis Arthuso Paiva e Vinícius Martins Rocha. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 8, n. 1, p. 146-171, jan./jun. 2011.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo político**. São Paulo: Contexto, 2008.

MCCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MEYER, Philip. **Precision Journalism**. Rowman & Littlefield Publishers, 2002.

MIGUEL, Luis. Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**, São Paulo, v. 56, p. 155-184, 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ln/n55-56/a07n55556.pdf> Acessado em 24/06/2014.

MORAES, Ary. **Infografia – o design da notícia**. (dissertação de mestrado). Rio de Janeiro: PUC, 1998.

MOREIRA JÚNIOR, Rogério. **Manual de Gráficos para Jornalistas**. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Catarina.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Enquadramentos lúdico-dramáticos no jornalismo: mapas culturais para organizar conflitos políticos. **In Texto** (UFRGS. Online), v. 2, p. 1-25, 2007. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/3461> Acessado em: 24/04/2014.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Narratologia: análise da narrativa jornalística**. Brasília, DF: Casa das Musas, 2004.

MOTTA, Luiz Gonzaga. (Org.). **Imprensa e Poder**. Brasília, DF: Editora da UnB, 2002.

NASCIMENTO, Hugo A. D.; FERREIRA, Cristiane B. R. Visualização de Informações – Uma Abordagem Prática. In: Marinho P. Barcellos; Antonio Alfredo F. Loureiro. (Org.). **Livro Texto da XXIV Jornada de Atualização em Informática**. São Leopoldo, RS: , 2005, v. , p. 1262-1312. Disponível em: <http://200.169.53.89/download/cd%20congressos/2005/SBC%202005/pdf/arq0285.pdf> . Acesso em: 31 out.2012

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

RIBAS, Beatriz. Ser Infográfico - Apropriações e Limites do Conceito de Infografia no Campo do Jornalismo. In: III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJor, 2005, Florianópolis. Disponível em:

http://grupojol.files.wordpress.com/2011/04/2005_ribas_sbpjor_florianopolis_serinfografico.pdf

Acesso: 31/10/2012

RIBEIRO, Lavina Madeira. Imprensa e esfera pública: o processo de institucionalização do jornalismo no Brasil (1808-1964). **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, n. 41, p. 97-114, 2004.

RINALDI, Mayara. O uso da infografia no jornalismo científico brasileiro - estudo da revista Superinteressante. In: VIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul, 2007, Passo Fundo. Anais VIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul, 2007.

RINALDI, Mayara. **Um laboratório para a infografia**. Pauta Geral. Florianópolis: Calandra, n. 8, 2006. pp. 11-16.

ROMERO, Rafael. **Estudo do novo projeto gráfico do jornal *Folha de S.Paulo***. (dissertação de mestrado). São Paulo: UNIP, 2012. Disponível em:

http://www1.unip.br/ensino/pos_graduacao/strictosensu/comunicacao/download/comunicacao_rafaelromero.swf Acessado em: 24/06/2014.

RUBIM, Antonio; AZEVEDO, Fernando Antonio. Mídia e Política no Brasil. **Lua Nova**. Revista de Cultura e Política, São Paulo, v. 1, n. 43, p. 189-216, 1998.

SANCHO, José Luis Valero. **La infografía**: técnicas, análisis y usos periodísticos. Bellaterra: UAB, 2001.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010. Tradução: Denise Jardim Duarte. Coleção: Clássicos da Comunicação Social.

SCHUDSON, Michael. **Why democracies need an unlovable press**. Polity Press, 2008.

SCHUDSON, Michael. A "esfera pública" e os seus problemas: Reintroduzir a questão do Estado. **Revista de Comunicação e Linguagens**. Lisboa, 1995.

SEABRA, Roberto. Dois séculos de imprensa no Brasil: do jornalismo literário à era da Internet. In: MOTTA, L. G. F. (Org.). **Imprensa e Poder**. Brasília, DF: Editora da UnB, 2002.

SILVA, Filipe Carreira da. **Espaço Público em Habermas**. Lisboa: Institut de Ciências Sociais, 2002.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUSA, Vivaldo de. Precisão e correção no jornalismo político. In SEABRA, Roberto, SOUSA, Vivaldo de (orgs.). **Jornalismo político**: teoria, história e técnicas. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SOUTO, Fhoutine. Pesquisador-jornalista/jornalista-pesquisador – Uma análise da cobertura das eleições presidenciais de 2010 do ponto de vista do repórter. In: IV Encontro da Compolítica, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 13 a 15 de abril de 2011. Disponível em:

<http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/03/Fhoutine-Marie.pdf>

Acessado em: 24/06/2014

STOVALL, James Glen. **Infographics**: a journalist's guide. Massachusetts: Allyn and Bacon, 1997.

TEIXEIRA, Tattiana. Infografia e visualização de dados – apontamentos sobre caminhos inovadores no jornalismo de revista praticado no Brasil. In TAVARES, Fred e Schwaab, Reges (org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 249-260.

TEIXEIRA, Tattiana; PASCAL, Lucas; STÜRMER, Helena. A história da infografia jornalística no Brasil – análise de edições da *Folha de S.Paulo* publicadas em 1983 e 1993. Anais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul – Intercom Sul, Chapecó, 2012. Disponível em: www.nupejoc.cce.ufsc.br

TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e Jornalismo** – conceitos, análises e perspectivas. Salvador: EDUFBA, 2010.

TEIXEIRA, Tattiana; RINALDI, Mayara. Promessas para o futuro: as características do infográfico no ciberjornalismo a partir de um estudo exploratório. In: VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2008, São Bernardo do Campo. Anais do VI SBPJor, 2008.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

THOMPSON, John. La teoría de la esfera pública. **Revista Voces Y Culturas**. Barcelona, 1996. Disponível em:

<http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/thompson.pdf> Acessado em: 24/06/2014

TUFTE, Edward. **The visual display of quantitative information**. Graphics Press, 2001.

VOGEL, Daisi. Narrativa. In: MARCONDES FILHO, Ciro (org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

WOLTON, Dominique. A Comunicação Política. In: WOLTON, Dominique. **Pensar a Comunicação**. Brasília: UNB, 2004.

WOLTON, Dominique. As contradições do espaço público mediatizado. **Revista de Comunicação e Linguagens**. Lisboa, 1995.

WURMAN, Richard. **Ansiedade de Informação 2**. São Paulo: Editora de Cultura, 2005.

YAU, Nathan. **Visualize this**. Wiley, 2011.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ANEXOS

ENTREVISTA 1

Ricardo Balthazar, editor de Poder da *Folha de S.Paulo*. Trabalha na editoria desde 2011.

As infografias e visualizações começam a ser pensadas já na produção das pautas? As pautas são discutidas previamente com a editoria de arte? Como é esse processo?

Todo dia o jornal tem uma reunião de pauta às 9 da manhã, em que algumas dessas coisas começam a ser discutidas. É claro que varia porque nunca o jornal discutido às 9 da manhã é o jornal que vai para a banca no dia seguinte. Muda um monte de coisa pelo caminho. Mas de manhã, quando já tem alguns assuntos mais definidos, já começa ali uma discussão: isso poderia ser uma arte, assim, assim... Então na reunião de pauta da manhã já começa uma primeira discussão sobre o que pode render arte. Isso é a reunião da manhã. Aí, por volta do meio dia, ou logo depois do almoço, que é a hora dos redatores chegarem, é a hora que as artes são de fato encaminhadas. Três horas da tarde a gente faz uma reunião só da editoria, pra ver o que andou, o que não andou, e a gente tenta definir ali o que vai ser a capa da editoria e como é que a gente vai ilustrar cada uma das coisas. Ultimamente, por causa da internet, o jornal tem acordado mais cedo, e tem procurado fazer várias coisas mais cedo, inclusive a arte. Então muitas vezes, quando a coisa é muito importante já começa a produção da arte de manhã mesmo, pra entrar no site. E aí essas coisas são adaptadas ou do jeito que elas foram para o site, entram no papel no dia seguinte.

Há uma percepção de que a *Folha* costuma usar mais artes que outros jornais. Você concorda?

Acho que sim. Isso é uma tradição do jornal, tem a ver com várias coisas. Tem a ver, por exemplo, com o projeto gráfico do jornal e a obsessão que o jornal tem pelo didatismo. As artes ajudam a explicar alguns assuntos e ajudam a organizar a informação e atrair também a atenção do leitor. O pessoal da arte gosta de citar estudos que mostram que, em geral, o leitor quando bate o olho numa página de jornal, primeiro ele olha a foto, depois o título, subtítulo e a última coisa que ele vai fazer é ler o texto.

Então a arte acaba ganhando uma importância muito grande, não só para explicar a história ou oferecer o didatismo que o jornal se propõe, mas também a atrair o interesse do leitor. Às vezes as artes acabam repetindo o que está no texto, mas é um pouco para permitir que o leitor tenha várias entradas para aquele assunto. Tem também uma coisa que tem a ver com a editoria em si, é que os assuntos que a gente cobre, em geral, a gente não tem foto. Em geral as nossas fotos são ruins e muitas vezes a gente não tem foto e pra ilustrar a edição. A gente só tem bonecos, imagens de políticos. E isso torna as páginas muito feias, muito pouco atraentes. Então as artes muitas vezes também ajudam a cumprir esse papel de tornar as páginas mais bonitas e atraentes, não só o didatismo.

Quando você passa para o repórter uma pauta que vocês previamente discutiram que terá arte, tem uma orientação diferenciada para a apuração?

Não. A não ser em projetos mais especiais, tipo páginas gráficas, ou infográficos mais elaborados que aí exige mais conversa e mais discussão com os repórteres. Em geral quem cuida das artes são os redatores, que trabalham no fechamento do papel. Os repórteres estão mais preocupados com a apuração das matérias, entrevistas, e acabam dando pouca atenção para as artes. Um pouco por falta de cultura mesmo, e gosto pelo negócio, e um pouco porque é mais fácil que essa tarefa seja executada na maior parte das vezes pelos redatores. Mas tem casos, principalmente matérias de domingo, ou matérias em que a informação está com o repórter, aí ele é pautado para ficar com a arte.

Você falou antes de uma cultura visual na *Folha*, mas agora falou também que tem uma parcela dos repórteres que não tem essa cultura. Como lidar com isso?

É uma dificuldade. Talvez isso seja de todos os jornais, os repórteres dão pouca atenção a isso. Varia muito caso a caso, varia de repórter para repórter, e também varia em relação ao assunto. Tem assuntos que gritam por uma arte aí fica evidente para o repórter. Mas o repórter em geral é o último a prestar atenção nessas coisas, na edição da própria matéria e na maneira de apresentar. Mas pra gente lidar com isso não tem nenhuma receita mágica não. É martelando nesta mesma tecla toda vez que o repórter traz uma pauta: bom como é que a gente vai ilustrar? Tem foto? Tem arte? A arte vai dizer o quê? Muitas vezes o repórter tende a sugerir como arte uma coisa que é

praticamente um resumo da pauta ou da matéria. O que é ruim porque não tem uma ideia que traduza numa imagem.

Em outra pesquisa sobre infografia, tínhamos uma hipótese que acabou se confirmando de que a publicação de infografia tem muito a ver com quem está no comando da produção. Se a pessoa se interessa por isso ou não. Na *Folha*, poderíamos fazer essa mesma relação?

Sem dúvida. Depende tanto do interesse quanto do gosto pessoal do editor. Eu gosto de arte, gosto de ver coisas diferentes, visualização de dados. Já trabalhei em revista e quando era repórter sempre tive essa preocupação de como ilustrar a matéria. Mas na *Folha*, do jeito que o jornal é organizado, a importância que se dá para as artes e tudo mais, é difícil fugir um pouco disso. Mesmo um editor que não goste tanto, ou não se importe tanto, não tem como fugir disso porque está muito ali preso no tino do jornal.

É uma característica do próprio jornal então?

É.

Vocês trabalham com apuração em bases de dados?

Em alguns assuntos sim. Aí, de novo, nem todo repórter tem destreza para usar Excel e catar números na internet, mas alguns têm e gostam de fazer isso. Assuntos que a gente costuma acompanhar dessa maneira: votações no congresso, financiamento de campanha, doações. Tem bastante gente na editoria que gosta e sabe mexer em planilhas e sabe usar isso a seu favor.

Nesse caso dá pra fazer uma relação direta? Geralmente quando é apuração de base de dados há uma pré-disposição a usar infografia ou visualização de dados?

Sim. As pessoas que lidam com essas coisas sabem desde o começo que vão ter que fazer uma arte e já se organizam para isso.

Além dessa questão de base de dados, tem algum outro critério específico pra determinar quando a pauta vai ter ou não infografia ou visualização de dados?

Quando o assunto é complicado de explicar, escândalo, quando o assunto tem muito número, quando o assunto exige contexto, cronologia. Esse tipo de coisa (cronologia) acaba virando quase obrigatória, tanto que os textos na *Folha* são muito curtos, em

geral. Tem que ser muito concisos. Um caso como Rubens Paiva, por exemplo, você consegue tirar do texto muita coisa como arte e cronologia, você consegue livrar o texto de várias coisas que tomariam espaço e podem ser aproveitados de outra maneira, como infografia.

Você falou também da produção para a internet. Como ela tem sido feita? É parecida com produção do impresso?

Sim. Como todos os jornais, as equipes são enxutas, então a gente não tem pessoas que possam se dedicar exclusivamente às artes da internet. Mas tem alguns casos que os assuntos no papel e na internet podem render infografias diferentes. A própria arte, em geral, toma a iniciativa de sugerir, uma arte animada, ou uma adaptação, uma interatividade.

ENTREVISTA 2

Mário Kanno, editor adjunto de Arte e um dos autores do Manual de Infografia da Folha de S.Paulo.

Em sua opinião, qual a principal função da infografia/visualização de dados na construção do discurso jornalístico?

A principal é a mais óbvia: permitir que o leitor visualize a informação, fazendo a notícia ficar mais clara, descritiva e estética do que poderia ser um texto normal. Esta visualização da notícia pode ser conseguida através de pequenos textos inseridos em diagramas, mapas, gráficos, ilustrações, fotos, vídeo ou qualquer recurso audiovisual disponível.

Que critérios são fundamentais pra determinar o que deve ou o que não deve ser apresentado aos leitores como infografia ou visualização?

A rigor qualquer assunto pode ser descrito “infograficamente”, da mesma maneira que pode ser descrito apenas com texto. Não há restrição. O que é melhor ou pior depende mais da edição, da abordagem e da capacidade dos envolvidos na criação/produção. Em quase 30 anos de *Folha* e frilas nunca me deparei com uma pauta que não rendesse um infográfico.

Existem características prévias na pauta que já indiquem que a matéria vai render uma infografia/visualização?

Sim, existem pautas que são mais propensas à infografia. As mais óbvias são as relacionadas a mapas, números, grandezas, diagramas científicos/técnicos e fenômenos que não podem ser fotografados como mundo atômico, espacial, biológico.

Como é o processo de produção de uma infografia/visualização? Como é feita a parceria entre reportagem e arte?

Hoje em dia temos três principais: 1) Linha de produção: repórter apura, levanta referências, escreve textinhos e passa para um infografista resolver visualmente o infográfico e devolve para o redator revisar; 2) Trabalho em equipe: repórter e infografista discutem a pauta, ambos fazem a apuração de referências e fontes e chegam

a um resultado visual; 3) Infografista jornalista: o próprio infografista (ou equipe de Arte) fazem a apuração, elaboram, checam e publicam. Lembro que com a chegada da internet ficou mais difícil apenas uma pessoa fazer tudo, pois em geral ainda será necessário criar um vídeo ou info html5, o q acaba envolvendo mais profissionais.

As pautas são discutidas previamente com a editoria de arte ou as demandas só chegam à arte depois da apuração dos repórteres?

Na *Folha* a Arte participa de todas as reuniões gerais de pauta e edição. Então, sabemos quais as mais importantes qual enfoque que devem ter. Isto permite que 70% sejam produzidas como “linha de produção”, o resto é feito dentro da Arte ou em conjunto com a reportagem.

Há casos em que alguém da arte participou da apuração também?

Muitos e cada vez mais. Acredito que na Arte da Folha hoje existam alguns profissionais muito mais qualificados do que muitos jornalistas. Para completar, alguns de nossos infografistas são formados em jornalismo, outros em Letras, Geografia, Arquitetura.

Como é feita a escolha de que recursos serão usados (gráfico de barras, de linha, mapa, ilustração, etc;)?

O recurso visual vai depender muito do que o infográfico quer mostrar, o que a gente que o leitor veja/entenda. Não é só porque é uma sequência de números que será um gráfico de barra ou de linha. Podemos mudar tudo fazer um digrama se ficar acharmos que ficará melhor para o leitor e para a página.

Há alguma dificuldade para a produção de infografias? Se sim, quais (falta de cultura visual da redação, muita demanda e poucas pessoas para produção, etc.)?

Sem dúvida a falta de profissionais especializados tanto na parte do design, quanto na parte jornalista, de como os textos devem ser escritos (é completamente diferente de um texto em colunas). Na Folha, a parte da edição/planejamento/publicação tem uma editoria muito forte e ativa –cria pautas, apura, publica— e uma Direção de Redação que enxerga a infografia como diferencial positivo do jornal e útil aos leitores. Sem

contar a experiência do editor, Fábio Marra, que consegue inverter a linha de produção e criar layouts para os jornalistas encherem de conteúdo.

TEXTOS DAS REPORTAGENS CITADAS AO LONGO DA DISSERTAÇÃO

Figura 1 – Reportagem com infovis publicada no dia 11/07/2011, página A4

“Dinheiro público sustenta parcerias em estádios da Copa”

Fernanda Odilla

De Brasília

O dinheiro público está bancando mais de 60% das obras de estádios da Copa-2014 erguidos com as PPPs (parcerias público-privadas).

O grupo do Ministério Público Federal que acompanha a preparação do evento diz que isso desvirtua o modelo, no qual o setor privado financia e executa determinada obra ou serviço em troca do direito de concessão.

No caso mais grave, o setor público se comprometeu com 80% do orçamento da reconstrução do estádio da Fonte Nova, em Salvador.

Os procuradores têm recomendado ajustes nos contratos para minimizar riscos às sedes do Mundial.

Mesmo tendo optado pela PPP, os governos de Bahia, Ceará e Pernambuco receberam um financiamento total de R\$ 1 bilhão do BNDES para erguer arenas que vão custar, juntas, R\$ 1,76 bilhão.

O banco de fomento da União ainda analisa pedidos para as arenas de Minas Gerais e do Rio Grande do Norte.

Bahia e Ceará contraíram empréstimos para repassar o dinheiro às parceiras privadas. Pernambuco vai usar a maior parte da verba para ressarcir o que foi investido.

DESVIRTUAMENTO

A procuradora Juliana Moraes, do grupo que acompanha as ações da Copa-2014, diz que o modelo das PPPs foi distorcido porque os governos estão se endividando para financiar as obras.

"Houve um desvirtuamento. Ninguém pega emprestado para emprestar. Só empresta o que tem", afirma.

Segundo a procuradora, caberia ao empreendedor privado buscar o empréstimo no mercado, oferecendo garantias corporativas em troca do dinheiro.

Mesmo sendo capazes de financiar sozinhos suas arenas, Estados que optaram pela PPP estão desobrigados de fazer licitações. Isso significa agilidade, mas dificulta a fiscalização dos recursos.

Técnicos do Tribunal de Contas da Bahia recomendam que só 20% do empréstimo seja liberado até que os responsáveis apresentem o projeto da arena Fonte Nova. O caso ainda não foi julgado.

Além de pegar R\$ 323,63 milhões do BNDES para repassar ao parceiro privado, o governo da Bahia emprestou R\$ 50 milhões para demolir o estádio velho. O restante foi emprestado ao consórcio pelo Banco do Nordeste.

Após a conclusão da obra, o governo baiano terá que pagar cerca de R\$ 1,5 bilhão em 15 anos, valor três vezes maior ao inicialmente orçado. Também está prevista divisão de lucros e prejuízos entre os parceiros pelos 35 anos da concessão da arena. Se o estádio fechar o ano no zero, a Bahia terá que bancar metade do custo de manutenção, que é estimado hoje em R\$ 2 milhões.

MENSALIDADE

No Ceará, além de repassar o empréstimo, o Estado já começou a pagar o consórcio, que poderá explorar o novo Castelão por oito anos. Desde a assinatura do contrato estão previstos pagamentos mensais.

Os procuradores esperam análises técnicas para averiguar se o modelo de concessão também foge aos padrões da PPP. Podem abrir processo se ficar configurado prejuízo ao erário.

OUTRO LADO

Modelo é aceito pelo BNDES, dizem Estados

De Brasília

Responsáveis pela Copa-2014 na Bahia, no Ceará e em Pernambuco dizem cumprir a legislação com rigor.

Os governos informam que o modelo de parceria (público-privada) foi aprovado pelo BNDES, que criou um financiamento específico para o Mundial no Brasil.

O secretário da Copa na Bahia, Ney Campello, define o governo estadual como um "intermediador" do empréstimo. "O BNDES disse que só faria o empréstimo se

recebesse garantia do Estado", afirma. Ele justifica a opção pela PPP dizendo ser a melhor para respeitar o prazo da obra e garantir preço estável.

Ainda assim, no caso da Fonte Nova, o preço inicial aumentou 25%. Segundo Campello, o novo valor inclui custos de pré-operação e atualização monetária.

Os Estados dizem estar de olho nos investimentos que a Copa vai gerar. "Vale a pena gastar R\$ 500 milhões e gerar R\$ 8 bilhões", diz o secretário da Copa em Pernambuco, Sílvio Bompastor, segundo quem o modelo do empréstimo foi sugerido pelo BNDES.

O Ceará informa que "o projeto da PPP foi analisado pelo Ministério Público Federal antes da licitação".

Figura 3 – Reportagem com infovis publicada no dia 24/09/2011, página A4

“Carga de impostos volta a crescer e atinge 34% do PIB”

Brasília

São Paulo

A carga tributária do Brasil voltou a crescer no ano passado, transferindo para os cofres do governo federal uma fatia maior das riquezas produzidas no país.

Estudo apresentado ontem pela Secretaria da Receita Federal diz que impostos e contribuições arrecadados pelas três esferas de governo somaram no ano passado 33,56% do PIB (Produto Interno Bruto). Em 2009, a carga tributária alcançara 33,14% do PIB.

O principal motivo foi o aumento da arrecadação do governo federal, provocado pela retomada do crescimento da economia e o fim dos incentivos distribuídos em 2009 para reanimar a economia e combater a recessão.

O aumento da taxa de operações financeiras no fim do ano passado, medida tomada pelo governo para conter a valorização do real em relação ao dólar, também ajudou a inflar a arrecadação.

Segundo a Receita, o governo federal, os Estados e os municípios arrecadaram no ano passado R\$ 1,2 trilhão em impostos e contribuições, 9% a mais do que em 2009.

Estudo feito pelos economistas José Roberto Afonso e Márcia Monteiro, especialistas em finanças públicas, sugere que o aumento da carga tributária foi ainda maior do que o reconhecido pelo trabalho da Receita.

Segundo eles, os impostos recolhidos nas três esferas de governo somaram no ano passado 35,16% do PIB, se a conta incluir os royalties do petróleo e outros tributos arrecadados pela União mas excluídos pelo estudo da Receita por razões metodológicas.

De acordo com o estudo, a carga tributária brasileira atingiu seu ponto mais alto em 2008, quando representou 35,5% do PIB.

Os cálculos dos dois economistas indicam também que o governo federal foi o principal beneficiário do aumento da carga tributária nos últimos meses, em detrimento de Estados e municípios, cujas receitas permaneceram praticamente estagnadas.

Esse descompasso ajuda a explicar a insatisfação dos governadores, que nos últimos meses têm pressionado o governo federal e o Congresso por mais recursos para o sistema de saúde pública e uma fatia maior dos recursos que serão arrecadados com a exploração do petróleo do pré-sal.

A arrecadação do governo federal cresce aceleradamente desde o fim do ano passado. Enquanto isso, os governadores viram a participação do ICMS, principal tributo recolhido pelos Estados, ser reduzida de 7,37% do PIB em janeiro para 7,28%.

O tributarista Amir Khair, ex-secretário de Finanças de São Paulo, explica que a perda de fôlego do ICMS se explica pela fraqueza da atividade industrial. "A indústria está dando sinais claros de arrefecimento e é ela o grande contribuinte do ICMS."

Dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) indicam que a produção industrial recua desde outubro do ano passado.

Mas o que poderia ser uma segurança para o governo federal é também motivo de preocupação. Para os economistas, esse volume de arrecadação deve ceder ao longo do ano e em 2012.

"Existe uma defasagem natural entre a redução da atividade e o recolhimento de tributos. Essa arrecadação do governo federal não vai se repetir nos próximos meses, até porque houve uma arrecadação extraordinária nos últimos meses", diz Afonso.

Figura 5 – Reportagem com infovis publicada no dia 04/07/2011, página A4

“Maquiagem infla gastos com saúde em R\$ 12 bilhões”

Daniela Lima

Mariana Schreiber

De São Paulo

Estados maquiaram seus investimentos em saúde pública nos últimos anos declarando quase R\$ 12 bilhões gastos com reformas de presídios, aposentadorias de funcionários públicos e outras atividades como se tivessem sido aplicados no setor.

A emenda constitucional 29, aprovada pelo Congresso no ano 2000, determina que os Estados invistam no sistema público de saúde no mínimo 12% de suas receitas, mas a maioria não cumpre a legislação e tem inflado as prestações de contas entregues ao governo federal.

Despesas com ensino superior, obras de saneamento básico e financiamento habitacional também foram apresentadas como investimentos em saúde, de acordo com o Ministério da Saúde.

Os 27 Estados declararam gastos de R\$ 115 bilhões com saúde de 2004 a 2008. Depois de examinar suas prestações de contas, o ministério concluiu que R\$ 11,6 bilhões se referiam a despesas com outras áreas, que não poderiam ser usadas para cumprir a lei.

Esse dinheiro corresponde a 10% dos gastos informados pelos Estados nesses cinco anos e seria suficiente para manter por um ano 13 ambulâncias do SAMU (Serviço de Atendimento Móvel de Urgência) em cada um dos 5,5 mil municípios do país.

REGULAMENTAÇÃO

Como a emenda 29 não foi regulamentada até hoje pelo Congresso, não existe na legislação uma definição clara do tipo de ação governamental que pode ser classificada como ação de saúde. É por isso que os Estados encontram brechas para driblar o cumprimento da Constituição.

Deputados da base governista se mobilizaram nas últimas semanas para pôr em votação na Câmara um projeto de lei que trata do assunto, mas o governo é contra a

iniciativa, porque ela poderá provocar um aumento nos repasses de verbas da União para Estados e municípios.

"Tem cidade em que até o asfalto na frente do hospital é computado como gasto em saúde", disse o deputado Darcísio Perondi (PMDB-RS), presidente da Frente Parlamentar da Saúde, grupo de políticos ligados ao setor.

O Ministério da Saúde identificou problemas nas contas de todos os Estados em 2008. Treze conseguiram cumprir a emenda 29 mesmo após abater gastos com outras áreas. O governo ainda não analisou as prestações de contas de 2009 e 2010.

Em 2008, Minas Gerais computou como despesas de saúde o pagamento de aposentadorias e pensões de servidores e repasses para um fundo que financia casas para funcionários da Assembleia Legislativa do Estado.

Minas declarou ter gastado R\$ 2,7 bilhões com saúde em 2008, o equivalente a 13% de suas receitas. O governo federal desconsiderou R\$ 835 milhões, reduzindo as despesas do Estado com o setor para 8,6%. O governo mineiro informou que contabiliza suas despesas conforme critérios definidos pelo Tribunal de Contas do Estado.

Os gastos do Rio Grande do Sul com saúde em 2008 caíram de 12% para 4% da receita depois que a prestação de contas do Estado foi revista pelo Ministério da Saúde. Até despesas com um programa de prevenção da violência fora classificado pelo Estado como ação de saúde.

"Era feita uma maquiagem", disse o atual secretário estadual de Saúde, Ciro Simoni. "Ano que vem não vai poder mais." Ele promete cumprir a emenda 29 até 2014, mas para atingir a meta será preciso dobrar o orçamento de sua secretaria, que tem R\$ 1,2 bilhão neste ano.

Figura 7 – Reportagem com infovis publicada no dia 13/08/2012, página A9

“Na TV, candidatos de SP terão mais tempo que grandes marcas”

Luiza Bandeira

De São Paulo

Com o início do horário eleitoral gratuito, no dia 21, os candidatos a prefeito de São Paulo vão aparecer mais na televisão do que os maiores anunciantes do país.

Só em comerciais, Fernando Haddad (PT) e José Serra (PSDB) vão superar a Unilever -dona de marcas como Omo e Dove-, segunda maior anunciante em TV aberta. Por dia, eles terão cerca de 15 inserções de 30 segundos.

Essas propagandas curtas são consideradas mais importantes que os programas mais longos, exibidos em horários fixos, porque, para o eleitor, é mais difícil desviar delas.

Se considerados também esses blocos, o tucano e o petista vão aparecer mais vezes na TV do que as Casas Bahia, maior anunciante do Brasil.

Segundo levantamento do grupo Meio & Mensagem, a empresa gastou R\$ 1 bilhão no ano passado com publicidade em televisão aberta.

Mesmo os candidatos que têm menos tempo de propaganda eleitoral concorrem com marcas famosas.

Gabriel Chalita (PMDB) terá mais comerciais que a Caixa Econômica Federal; Celso Russomanno (PRB) se equipara à P&G, dona de marcas como Gillette e Pampers.

As informações sobre os anunciantes foram calculadas com base em levantamento da empresa Controle da Concorrência (de pesquisa e planejamento de mídia) da média semanal de comerciais no início do mês.

A propaganda eleitoral gratuita também passa em rádios. Além disso, os candidatos aparecem em telejornais da TV aberta.

Na semana passada, a TV Globo começou a dar espaço para eles nos telejornais locais, o que fez com que as campanhas mudassem sua estratégia e marcassem mais compromissos públicos para os candidatos.

ESTRATÉGIA

Na última pesquisa Datafolha, a maioria das pessoas ouvidas (61%) não soube citar espontaneamente o nome de nenhum candidato.

A propaganda eleitoral gratuita é considerada pelas equipes de campanha como uma das principais armas para mudar esse quadro.

Nas eleições de 2008, ela foi um dos fatores decisivos para a vitória de Gilberto Kassab (hoje no PSD), que tinha o maior tempo e começou o horário eleitoral em terceiro lugar nas pesquisas.

Mas nem sempre os "campeões" de tempo em rádio e TV vencem nas urnas.

Nas eleições de 2000, por exemplo, Romeu Tuma (então no extinto PFL) tinha o maior tempo de propaganda, mas perdeu para Marta Suplicy (PT).

“Candidatos projetam gastar o triplo de 2008”

De São Paulo

Os candidatos à Prefeitura de São Paulo que comandam as principais coligações na disputa definiram um limite de gastos na campanha que totaliza R\$ 258 milhões. Na comparação com a eleição de 2008, o aumento é de 162%, já descontada a inflação.

José Serra (PSDB) informou ontem à Justiça Eleitoral que gastará até R\$ 98 milhões. De acordo com a última pesquisa Datafolha, ele lidera a disputa com 31% das intenções de voto.

Fernando Haddad (PT) apresentará estimativa de R\$ 90 milhões -o prazo final para registro é hoje. Gabriel Chalita (PMDB) fixou seu teto de gastos em R\$ 70 milhões. Os dois têm 6% das intenções de voto.

Integrantes de duas das campanhas relataram à Folha um acordo informal para a fixação de altas estimativas de gasto na corrida eleitoral.

Na eleição passada, as projeções de custos Gilberto Kassab, então no DEM, Marta Suplicy (PT) e Geraldo Alckmin (PSDB) somavam R\$ 80 milhões. No final, as três campanhas declararam ter gasto R\$ 67 milhões. Kassab, o vencedor, previa R\$ 30 milhões e gastou R\$ 29,7 milhões.

COMPETIÇÃO

"Vai ser uma campanha competitiva. A projeção [de gastos] vale para o primeiro e o segundo turno. Por isso, quem tem perspectiva de chegar até o segundo turno estipula gastos maiores, inclusive por conta dos custos de programas de TV", disse o coordenador de imprensa do comitê tucano, Fábio Portela.

O tesoureiro da campanha petista, Chico Macena, classificou como "natural" a elevação dos gastos. "Isso não quer dizer que vamos gastar toda a meta", afirmou.

Macena disse não ver relação entre o aumento dos gastos e a escolha de um candidato pouco conhecido, que precisará investir pesado para construir sua imagem.

O advogado do PMDB, Ricardo Vita Porto, diz que a expectativa de gastos de Chalita reflete a crença de que ele estará no segundo turno. Para o deputado estadual Jooji Hato (PMDB), o custo da campanha de TV contribui para o aumento das previsões.

PT e PSDB optaram por marqueteiros que polarizaram a eleição presidencial de 2010: João Santana e Luiz Gonzalez, que atuaram para Dilma Rousseff e Serra.

O candidato Celso Russomanno (PRB), 24% no Datafolha, não havia finalizado suas previsões de gastos até ontem.

Figura 12 – Reportagem com infovis publicada no dia 29/10/2012, página 8 Eleições

“Resultado em SP aproxima Kassab da gestão Dilma”

De São Paulo

A derrota de José Serra vai sacramentar o divórcio de Gilberto Kassab com o PSDB. Sob o comando do prefeito de São Paulo, o PSD deve anunciar no início de 2013 o apoio à reeleição da presidente Dilma Rousseff em 2014.

A aliança Serra-Kassab foi selada para as eleições municipais paulistanas de 2004, quando o tucano foi eleito prefeito. Em abril de 2006, com a renúncia de Serra para concorrer ao governo do Estado, Kassab tomou posse.

Segundo aliados, Kassab aponta como "irreversível" seu alinhamento ao governo Dilma, compondo a base aliada no Congresso e também a equipe ministerial. Na mira do PSD, estão as pastas dos Transportes e das Cidades.

Em retribuição ao apoio do PSD a Dilma, Kassab espera não ser alvo de ataques nem devassa durante a transição de seu governo para as mãos de Fernando Haddad.

Ontem, o prefeito anunciou o secretário municipal de Governo, Nelson Hervey, como o coordenador do grupo de transição por parte da atual gestão. Mais do que colaborar com dados, disse Kassab, ele pretende "estar muito próximo" do sucessor.

Com o governador Geraldo Alckmin (PSDB), o prefeito mantém relação protocolar. No Estado, Kassab pode concorrer ao Senado ou a vice-governador numa chapa que abraze espaço a ele, ostentando o sonho de comandar o Palácio dos Bandeirantes.

FUSÃO COM MALUF

Kassab também poderia articular uma fusão de seu PSD com o PP, presidido em São Paulo pelo deputado federal Paulo Maluf, seu ex-aliado.

"É um bom quadro [Kassab], homem jovem, com futuro. Gosto muito dele", disse Maluf ontem. "Mas a fusão de partidos depende de muita conversa, principalmente em Brasília, com senadores e bancada de deputados."

A ideia de fusão enfrenta no Senado a oposição de Ana Amélia (PP-RS) e de Francisco Dornelles (PP-RJ), presidente nacional do PP.

Figura 15 – Reportagem com infovis publicada no dia 15/09/2012, página A16

“Quem paga a conta da nova escola”

Fabio Mazzitelli

Diógenes Campanha

De São Paulo

Criado como escola-modelo para revitalizar áreas da periferia da capital, o CEU (Centro Educacional Unificado) se firmou como política pública nas três últimas gestões, tornou-se uma rede de 45 escolões, e o rumo desse modelo deve determinar o desenho da educação municipal nos próximos anos.

O futuro prefeito vai definir se a cidade investirá na expansão de CEUs, como propõem Celso Russomanno e Fernando Haddad, ou se o melhor é aproveitar ao máximo a estrutura já em funcionamento, como sugerem José Serra e Gabriel Chalita.

A questão principal em torno dessas propostas é se o orçamento da educação, cerca de R\$ 7 bilhões por ano, pode absorver o aumento de custos de nova onda de CEUs.

A gestão Marta Suplicy (PT) construiu 21 escolões, o primeiro em agosto de 2003, e as duas gestões Gilberto Kassab (PSD) ergueram outros 24. Hoje, um em cada dez alunos da rede paulistana estuda em CEU, ou 84,6 mil dos 854,3 mil matriculados no ensino regular (educação infantil e ensino fundamental).

O escolão reúne no mesmo terreno creche, pré-escola e ensino fundamental e oferece atividades extras apoiadas na estrutura multiuso, com piscina, quadra, oficinas de artes e teatro e área verde.

A julgar pelas últimas unidades entregues, a construção de um CEU custa o sêxtuplo de uma escola fundamental -o CEU Formosa, na zona leste, custou R\$ 29 milhões, e a última escola construída, R\$ 4,4 milhões.

Haddad já estima em R\$ 40 milhões o custo de um novo escolão -hoje, não há CEU no plano de obras em curso.

Construção mais cara, o escolão tem custo de manutenção crescente. Relatório do TCM (Tribunal de Contas do Município) indica que R\$ 271,5 milhões foram gastos na operação dos 45 CEUs em 2011, ou R\$ 6 milhões por unidade. Em 2010, quando funcionavam 43 unidades, esse número foi de R\$ 4,7 milhões.

De 2008 a 2011, cita o TCM, o custo anual médio por aluno na rede municipal subiu de R\$ 4.948 para R\$ 7.692.

Hoje, segundo a Secretaria Municipal da Educação, os recursos de manutenção de todas as escolas provêm da pasta, com exceção de parcerias feitas em CEUs, uma com o Projeto Guri para educação musical e outra com o Centro Paula Souza e o Senac, com turmas de ensino técnico.

"Onde tem CEU há um trabalho muito interessante, outra relação com a comunidade. É um centro comunitário com escolas", afirma Priscila Fonseca da Cruz, diretora-executiva do Todos Pela Educação, favorável a dividir a conta do CEU entre pastas que dele se beneficiam.

"Se puser muito recurso [em CEU], pode faltar a outras escolas e aumentar a desigualdade. O impacto da estrutura física no ensino é relativo. Há chance maior de a escola ser boa se for menor."

Os candidatos que propõem a construção de novos CEUs seguem a ideia de "quanto mais, melhor", sem pôr em discussão o rateio do custeio do escolão.

"Parte do custeio do CEU poderia ser entregue à Saúde [criando um serviço da área]. Era a ideia no início", diz Fernando José de Almeida, secretário da educação na gestão Marta (2001-2004) e defensor de mais escolões. "A escola brasileira tem de cumprir um papel social que a escola na Suécia não tem."

Os candidatos que não propõem a expansão indicam que o caminho é explorar mais os serviços que o escolão tem potencial para oferecer. José Serra, por exemplo, fala na ampliação de parcerias para o ensino técnico.

"O CEU virou uma marca da cidade e é usado como propaganda [política], mas você não vai ter um teatro em cada escola. É preciso pensar uma política curricular

integrada e mudar as práticas internas das escolas", diz Ocimar Alavarse, professor da Faculdade de Educação da USP.

QUALIDADE DO ENSINO

No sentido da melhoria da qualidade na educação, a prefeitura fez dois movimentos que se tornaram bandeiras da atual gestão. Um deles foi o fim das escolas "de lata", construções de improviso erguidas nos anos 1990 para acomodar a demanda.

O outro foi ampliar a jornada das escolas a cinco horas diárias de aula no fundamental e seis na pré-escola, eliminando o turno intermediário (11h às 15h), que limitava a quatro horas o tempo dos períodos matutino e vespertino.

Apesar da reorganização física, o desempenho da rede municipal ficou abaixo da meta no último Ideb (Índice de Desenvolvimento da Educação Básica), índice federal baseado na Prova Brasil. Rio e Belo Horizonte têm 5,4 e 5,6 no Ideb, respectivamente, contra 4,8 de São Paulo.

A gestão Kassab diz que "a rede estava sucateada e teve de ser recuperada antes de começar a dar resultados" e que houve melhora no Ideb, apesar de não atingir a meta.

O ensino fundamental municipal tem 459,7 mil estudantes. A educação infantil, na qual o debate é a fila de 145 mil crianças à espera de vagas em creches, tem 394,6 mil, entre creche (210,2 mil) e pré-escola (184,4 mil).

Figura 18 – Reportagem com infovis publicada no dia 08/09/2012, página A4

“Justiça barra 317 candidatos a prefeito que têm ficha suja”

Daniel Carvalho

Valmar Hupsel Filho

De São Paulo

Os TREs (Tribunais Regionais Eleitorais) barraram até agora a candidatura a prefeito de 317 políticos com base na Lei da Ficha Limpa, mostra levantamento da Folha nos 26 Estados do país.

O número deve aumentar, já que em 16 tribunais ainda há casos a serem julgados. Entre os fichas-sujas, 53 estão no Estado de São Paulo.

Na divisão por partido, o PSDB é o que possui a maior "bancada" de barrados, com 56 candidatos -o equivalente a 3,5% dos tucanos que disputam uma prefeitura. O

PMDB vem logo atrás (49). O PT aparece na oitava posição, com 18, 1% do total de seus postulantes a prefeito.

Todos os candidatos barrados pelos tribunais regionais podem recorrer ao TSE (Tribunal Superior Eleitoral). A presidente do tribunal, Cármen Lúcia, já disse que não será possível julgar todos os casos antes das eleições, mas sim até o final do ano, antes da diplomação dos eleitos.

Os nomes barrados pelos TREs irão aparecer nas urnas eletrônicas, mas todos os seus votos serão considerados sub judice até uma eventual decisão no TSE.

Exemplo: se o ficha-suja tiver mais votos, mas seu recurso for rejeitado, assume o segundo colocado na eleição.

Entre os barrados, destacam-se o ex-presidente da Câmara dos Deputados Severino Cavalcanti (PP-PE) e a ex-governadora Rosinha Garotinho (PR-RJ).

Severino tenta se reeleger prefeito de João Alfredo (PE) e foi enquadrado na lei por ter renunciado ao mandato de deputado federal, em 2005, sob a acusação de ter recebido propina de um concessionário da Câmara.

Já Rosinha Matheus, atual prefeita de Campos (RJ), teve o registro negado sob a acusação de abuso de poder econômico e uso indevido de meios de comunicação durante as eleições de 2008.

A maioria dos barrados foi enquadrada no item da Lei da Ficha Limpa que torna inelegível aqueles que tiveram contas públicas rejeitadas por tribunais de contas.

De iniciativa popular, a lei foi sancionada em 2010, mas só passa a valer na eleição deste ano. A lei ampliou o número de casos em que um candidato fica inelegível -cassados, condenados criminalmente por colegiado ou que renunciaram ao cargo para evitar a cassação.

"A lei anterior era permissiva demais", disse Márlon Reis, juiz eleitoral e um dos autores da minuta da Ficha Limpa. Para André de Carvalho Ramos, procurador regional eleitoral de São Paulo, os próprios partidos vão evitar lançar fichas-sujas.

ANÁLISE

Sem a 'grande reforma', Lei da Ficha Limpa ajuda a depurar a classe política

Fernando Luiz Abrucio

Especial para a Folha

A Lei da Ficha Limpa é mais uma etapa do processo de aperfeiçoamento do sistema político que vem ocorrendo nos últimos anos. A ela se somam a Lei de Combate à Compra de Votos, a Lei de Responsabilidade Fiscal, a adoção da urna eletrônica e a recente legislação referente ao acesso à informação pública, entre outras medidas.

Não virá a "grande reforma", como pedem muitos, mas o país tem realizado modificações relevantes e positivas em suas instituições.

É importante colocar a questão da Ficha Limpa nesse cenário maior. Isso porque suas origens se devem a dois fatores conjugados.

De um lado, a atuação de atores sociais que têm conseguido, continuamente, pressionar o sistema político para criar novas legislações.

De outro, há o reconhecimento do limite de conquistas anteriores -a Lei de Combate à Compra de Votos não evitava as candidaturas de pessoas inidôneas.

A depuração dos candidatos ajudará a reduzir a corrupção. Muitos políticos corruptos começaram sua história de malfeitos antes de assumir um cargo público.

Ademais, vários que têm o nome manchado na Justiça fazem parte, de alguma forma, de grupos organizados para o crime. Eles concorrem às eleições já pensando em cooptar o poder público para atividades criminosas.

A consolidação da Lei da Ficha Limpa obrigará os partidos a selecionar melhor os candidatos. Daí que a próxima agenda reformista pode ser atuar para melhorar a vida interna das legendas, tornando-as mais transparentes.

A introdução de mecanismos mais constantes de participação e a criação de eleições primárias para escolha dos concorrentes a postos executivos são temas que, com a reforma do processo de preenchimento dos cargos em comissão, devem ser os próximos na contínua luta para o aperfeiçoamento do sistema político brasileiro.

FERNANDO LUIZ ABRUCIO é doutor em ciência política pela USP e coordenador do curso de graduação em administração pública da Fundação Getulio Vargas (SP).

“Definição de royalties está perto de sair”

Vera Magalhães

Enviada especial a Vitória (ES)

As propostas que estão sendo analisadas para um acordo entre Estados produtores e não produtores de petróleo na distribuição dos royalties do pré-sal espetam a conta da compensação na União ou nas empresas exploradoras.

O governo federal assumiu, na última semana, o comando das negociações. Nesta semana, um esboço da proposta deve ser apresentada a congressistas e representantes dos Estados.

Uma das alternativas que o governo já admite é usar parte do excedente de receitas que terá com royalties a partir de outubro para compensar Estados produtores. Pelo marco regulatório do pré-sal, esses recursos iriam para um Fundo Social.

Em 2010, a receita da União com o petróleo ficou em R\$ 8,6 bilhões. A estimativa de senadores e dos Estados é que, em 2020, esse bolo chegue a R\$ 40 bilhões.

A proposta do governador Sérgio Cabral (RJ) é que metade do montante que antes comporia o fundo seja agora destinado a evitar perda de dinheiro do Rio e do Espírito Santo -que terão que dividir os recursos do pré-sal com Estados não produtores. Por outra proposta, dos 40% de arrecadação da União, 6% iriam para compensar esses Estados e 34% comporiam o Fundo Social.

Uma terceira alternativa eleva os royalties pagos por empresas para a exploração de petróleo.

"É impossível um acordo sem a participação da União", disse o senador Wellington Dias (PT-PI), um dos representantes do Nordeste.

Apesar de defender os interesses dos não produtores, ele é contra a derrubada do veto do ex-presidente Lula à "emenda Ibsen".

Essa emenda, apresentada pelo ex-deputado gaúcho Ibsen Pinheiro (PMDB), destinava uma fatia maior de recursos à União e redistribuía de forma igualitária os recursos entre os Estados.

NA JUSTIÇA

Se os não produtores derrubarem o veto, União e Estados prejudicados irão ao STF (Supremo Tribunal Federal).

"Os Estados não produtores perceberam que têm uma força numérica, mas que, se levarmos o caso à Justiça, todos perdem", disse o governador do Espírito Santo, Renato Casagrande (PSB), para quem o acordo está próximo.

Na terça-feira, o secretário-executivo do Ministério da Fazenda, Nelson Barbosa, deve se reunir com o grupo criado para estudar o acordo. Ele é o coordenador dessa equipe. Nesta semana, portanto, já deve ficar claro quem vai perder para compensar os Estados e evitar o impasse.

Figura 22 – Reportagem com infovis publicada no dia 09/07/2012, página A14

“Contra todos”

Ricardo Bonalume Neto

De São Paulo

São Paulo e Campinas sofrendo bombardeios aéreos; o porto de Santos bloqueado por navios de guerra; cidades dos vales do Paraíba e do Ribeira sofrendo ataques de artilharia e trincheiras repletas de soldados cavadas nas divisas do Estado. Tudo isso, hoje algo impensável, aconteceu faz 80 anos.

A Revolução de 32 não é um mero registro histórico. Foi algo que afetou milhões de pessoas e ainda assombra imaginações e o imaginário.

Na capital, os monumentos e os nomes de ruas e avenidas deixam isso claro. Na região próxima ao parque do Ibirapuera ficam tanto o Monumento às Bandeiras, do escultor Victor Brecheret, como o Obelisco Mausoléu aos Heróis de 32, de Galileo Ugo Emendabili. E aos locais se chega pela avenida 23 de maio, uma das datas importantes do movimento.

Ironicamente, a Fundação Getúlio Vargas fica próxima à avenida batizada com a data do início do levante, a 9 de Julho. Mas São Paulo continua sendo resistente a usar o nome do ditador. Não há o equivalente à importante avenida Presidente Vargas, do Rio, por exemplo.

Vargas foi quem provocou a coisa, afinal, com a derrubada do presidente Washington Luís, em outubro de 1930. Ele até foi bem recebido no Estado a caminho da capital, então o Rio de Janeiro. Mas logo começou a bater de frente com os políticos paulistas, saudosos do poder que tinham na República Velha.

Por exemplo, Vargas nomeou como "interventor" (no lugar do governador) o tenentista pernambucano João Alberto Lins de Barros.

Só em março de 1932 Vargas nomeou um interventor mais ao gosto dos paulistas, um civil e nativo do Estado, o diplomata aposentado Pedro de Toledo. Mas ao mesmo tempo o ditador quis mandar no comando da Força Pública (como era chamada a hoje Polícia Militar).

A Força Pública era um trunfo particularmente importante, pois constituía um verdadeiro exército em menor escala, dotada de armas como metralhadoras.

Os políticos e os militares envolvidos na conspiração contra Vargas foram ineptos. Deflagraram o movimento antes da hora, sem articular ações eficazes com potenciais revoltosos em outros estados, especialmente Minas Gerais e Rio Grande do Sul. São Paulo, com pequeno apoio de Mato Grosso, ficou isolado.

A melhor estratégia seria concentrar forças no Vale do Paraíba e rumar ao centro do poder, o Rio. Em vez de fazer isso, os líderes paulistas preferiram ficar na defesa. Já a estratégia do ditador foi correta. Isolou São Paulo por terra e por mar, e diplomaticamente.

As principais frentes de combate estavam todas vinculadas a ferrovias e rodovias. É por isso que os famosos trens blindados foram tão importantes no conflito.

Os dois lados tiveram centenas de mortos. Não houve batalhas espetaculares; era mais razoável fugir ou se render do que lutar até a morte em uma guerra "entre irmãos". Uma batalha podia ter dez mortos, 30 feridos e 400 prisioneiros.

Vargas venceu em 32, mas houve a Constituinte em 34 (que ele já tinha prometido antes da revolta). Os líderes paulistas foram exilados, mas por pouco tempo. Vargas deu um golpe de Estado em 1937, mas o legado de 32 permaneceu e foi importante no debate ideológico subsequente e que vem até hoje.

ESTUDOS

Em 80 anos, muita tinta foi usada para descrever a Revolução de 1932. É possível identificar pelo menos três fases.

Houve uma primeira onda de textos, principalmente de origem paulista (e incluindo livros de memórias), exaltando os ideais democráticos do levante; e em seguida uma leva posterior, de origem marxista, ressaltando a ideia de que tudo não passou de uma briga entre grupos da "classe dominante", e sempre que foi necessário os "proletários" foram perseguidos.

Novos pesquisadores tentam entender o caráter multifacetado do evento, identificando uma participação popular inédita na história.

O historiador Marco Antonio Villa deixa claro que a "questão democrática" foi "a grande herança política da revolução, uma espécie de tesouro perdido, muito valioso, especialmente em um país marcado por uma tradição conservadora, elitista e antidemocrática".

Soldados negros que lutaram por SP são tema de livro
De São Paulo

O jornalista Oswaldo Faustino resgatou a participação de unidades militares de voluntários negros paulistas durante a Revolução Constitucionalista de 1932, conhecida como Legião Negra.

Em seu livro "A Legião Negra" (Selo Negro, 2011, 224 págs.), a história é contada por meio de dois personagens: Tião Mão Grande, o narrador centenário; e Miro Patrocínio, mestiço que nega a sua origem, mas "se torna negro" devido às circunstâncias.

Folha - Por que decidiu contar a história da Legião Negra em forma de romance histórico em vez de livro de não-ficção?

Oswaldo Faustino - Antes de tudo porque eu sou jornalista e escritor, não historiador. Minhas pesquisas não se basearam em documentos, mas em publicações, em entrevistas realizadas com filhos e netos de combatentes e numa específica, que aconteceu em 1975, com o doutor Raul Joviano do Amaral. Como membro da Legião Negra, ele chegou a tenente.

Há planos para filmar a história? O livro é um roteiro?

Honestamente, se um dia a Legião Negra virar filme, vou achar sensacional, mas só a oportunidade de mergulhar nessa história e poder produzir um romance já é extremamente compensadora.

Por que negros e mulatos tiveram interesse em se voluntariar para lutar por São Paulo na Revolução de 1932, que muitos historiadores consideram um conflito das elites?

Como a Frente Negra [principal organização negra da época] se declarou neutra, o advogado Joaquim Guaraná Santana e o orador Vicente Ferreira saíram -ou foram expulsos- dessa instituição, criaram a Legião Negra e saíram em caravana alistando negros e arrecadando donativos para o pagamento de seus soldos e para sustentar as famílias dos voluntários.

Figura 27 – Reportagem publicada no dia 17/07/2012, página A10

“Quebra-cabeça Brasil”

Maria Clara Cabral

De Brasília

O mapa do Brasil pode ter um novo desenho. A exemplo do plebiscito que vai deliberar sobre a emancipação de Tapajós e Carajás, hoje pertencentes ao Pará, pelo menos outros 13 projetos em discussão no Congresso propõem consultas para a criação de mais cinco Estados e quatro territórios no país.

A proposta mais recente foi apresentada no mês passado na Câmara. Defende a criação do Maranhão do Sul.

O autor do texto, deputado Ribamar Alves (PSB-MA), diz que o Estado é um dos mais pobres do país porque os investimentos públicos têm se concentrado em torno da capital, São Luís.

A divisão, segundo ele, reduziria os contrastes entre os maranhenses. "Existe uma parte do Estado com perfil humano e econômico totalmente diferente da outra, e que merece, portanto, um tratamento diferenciado."

EXEMPLOS

A opinião da maioria dos deputados que quer dividir o país é a mesma. Eles tomam como exemplos Tocantins e Mato Grosso do Sul, que tiveram crescimentos significativos ao virar Estados.

Para Roberto Romano, professor de política e ética da Unicamp, essa ideia pode ser uma ilusão.

"Essa receita que estão querendo pode ser mais um complicador, pois [com a criação de novos Estados] você cria mais burocracia e uma maior guerra fiscal", afirma. Caso os projetos sejam aprovados, será necessário promover plebiscitos entre as populações interessadas.

O que vai decidir a criação de Carajás e Tapajós, por exemplo, já foi marcado para dezembro. O TRE do Pará estima gastar cerca de R\$ 12,8 milhões na consulta. Caso a divisão seja aprovada pelo povo, a questão ainda precisará passar pelo Congresso, diz a Constituição.

Figura 30 – Reportagem publicada no dia 03/10/2012, página 6 Eleições

“Todos os caminhos do voto”

Bruna Borges

Patrícia Britto

De São Paulo

No último mês de campanha eleitoral, a zona leste de São Paulo se tornou a menina dos olhos dos principais candidatos a prefeito na cidade: Celso Russomanno (PRB), José Serra (PSDB) e Fernando Haddad (PT).

A região foi a mais visitada por Russomanno e Haddad em setembro e aparece em segundo lugar na lista de Serra.

O levantamento considera os compromissos divulgados pelas campanhas dos candidatos e não inclui encontros partidários nem debates.

O coordenador da campanha de Haddad, Antonio Donato, explica que o investimento na zona leste foi uma tentativa de recuperar espaço perdido para Russomanno no reduto petista. "A gente achou que tinha potencial de crescimento e investiu."

Edson Aparecido, coordenador da campanha de Serra, justifica o foco na zona leste por ser a região com o maior colégio eleitoral.

Procurada pela reportagem, a campanha de Russomanno não respondeu.

São nessas visitas que os candidatos conseguem se aproximar do eleitor, identificar onde o adversário está indo e explorar melhor as propostas de governo, segundo o cientista político Cristiano Noronha. "Os encontros ajudam a ampliar a percepção de quem é o eleitor."

Durante os três meses de campanha, Serra foi o candidato que teve menos compromissos. A campanha do tucano afirma que muitos não foram divulgados, por isso o número real seria maior.

No total, o centro foi o campeão de encontros. A região só abriga 3% do eleitorado, mas concentra grande fluxo de pessoas durante o dia. É também onde estão os comitês de campanha.

Figuras 33 e 34 – Reportagem publicada no dia 08/10/2012, páginas 18 e 19 Eleições

“PMDB é campeão em número de prefeitos, PT vence em total de votos”

De São Paulo

O PMDB foi, mais uma vez, o partido que mais elegeu prefeitos no Brasil. Até o fechamento desta edição, com 5.493 resultados anunciados (99% do total), 1.016 peemedebistas haviam conquistado mandato de prefeito.

O desempenho, porém, não pode ser considerado um êxito absoluto. Em relação a 2008, a sigla encolheu quase 15% em total de vitórias.

Essa conta é uma preliminar, pois não considera algumas cidades em que a apuração ainda estava aberta na noite de ontem nem as disputas de segundo turno, marcadas para o fim do mês.

Entre os partidos médios e grandes, PT e PSB foram as duas legendas com melhor desempenho nacional.

Até 23h25 de ontem, o PT já havia assegurado 627 prefeituras (14% a mais que em 2008). Em número total de votos, o PT ultrapassou o PMDB e tornou-se o partido

mais sufragado para prefeito no país, com 17,3 milhões de votos, uma evolução de 4% em relação a 2008.

O desempenho proporcional do PSB foi ainda melhor. Cresceu 51% no total de votos e 41% em número de prefeitos eleitos. Nesta eleição, o PSB foi o quinto partido que mais elegeu prefeito.

O PSDB, principal sigla de oposição no plano federal, conseguiu manter a posição de segundo partido em número de prefeitos (688 eleitos), mas elegeu 13% a menos que em 2008. Em todo o país, candidatos tucanos tiveram 13,9 milhões de votos, queda 4% sobre 2008

Já o recém-criado PSD, liderado pelo prefeito de São Paulo, Gilberto Kassab, elegeu pelo menos 493 prefeitos ontem. Foram 219 vitórias a mais que o DEM, a sigla de origem de Kassab.

Das 83 cidades em que era possível acontecer segundo turno (as que têm mais de 200 mil eleitores), 50 terão novas eleições no próximo dia 28.

Nesse grupo de cidades, o PT foi o partido que mais venceu no primeiro turno, com oito triunfos. PSDB e PSB elegeram 5 prefeitos em primeiro turno cada um.

No fim do mês, PT e PSDB irão se enfrentar em pelo menos seis das maiores cidades: São Paulo, João Pessoa (PB), Rio Branco (AC), Pelotas (RS), Guarulhos e Taubaté (SP).

ANÁLISE

Nenhuma sigla pode se considerar a grande vitoriosa

Eliane cantanhêde

Colunista da Folha

Afora o PSB e o PMDB, as vitórias em capitais no primeiro turno foram fatiadas entre vários partidos

O segundo turno entre o tucano José Serra e o petista Fernando Haddad em São Paulo garante sobrevida à polarização nacional PSDB-PT, mas o principal marco da eleição para prefeituras de capitais neste ano foi a pulverização partidária.

Nenhuma sigla pode se arrogar como grande vitoriosa. Afora o PSB, que ganhou em Belo Horizonte e Recife, e o PMDB, que levou no Rio de Janeiro e em Boa Vista, as vitórias em primeiro turno foram fatiadas entre vários partidos, cada um deles com uma

capital. São eles: PDT (Porto Alegre), PT (Goiânia), PP (Palmas), PSDB (Maceió) e DEM (Aracaju).

O partido que mais concorre às capitais em segundo turno é o PSDB, em oito. Depois o PT, com cinco, o PDT, com quatro, e o PMDB, com três.

É claro, porém, que há capitais e capitais. No eixo político e econômico do país, sobressaem-se os principais partidos, com PMDB consolidado como força hegemônica no Rio, o PSB em aliança com o PSDB, em BH, e PT e PSDB disputando São Paulo.

O PMDB, que tem a maior capilaridade nacional, fez o maior número de prefeituras, incluindo capitais e interior. Em segundo lugar está o PSDB, e o PT, em terceiro, segundo dados de ontem.

CACIQUES

A presidente Dilma Rousseff pode se considerar perdedora na eleição, já que articulou pessoalmente a desistência do PMDB e o apoio do PSD ao candidato do PT em Belo Horizonte, Patrus Ananias, que foi derrotado.

O vitorioso foi o atual prefeito, Marcio Lacerda, do PSB, em uma aliança que pode se tornar perigosa para Dilma em 2014: entre o governador de Pernambuco, Eduardo Campos, do PSB, e o senador Aécio Neves, do PSDB.

Campos tem um pé no governo e outro na oposição e, se não se arvorar ele mesmo em candidato, tanto pode apoiar Dilma quanto Aécio na sucessão presidencial.

O ex-presidente Lula também sofreu derrota doída em Recife, onde a cúpula nacional do PT vetou a candidatura do prefeito João da Costa à reeleição e amargou o terceiro lugar com um nome imposto de cima para baixo.

A derrota ou a vitória de Lula, porém, como a do governador Geraldo Alckmin, depende dos resultados do segundo turno em São Paulo, onde as campanhas devem ser acirradas e agressivas. O que está em jogo, ali, é muito mais do que só a principal prefeitura do país.

Ali também começam a se desenhar as alianças que vão extrapolar as eleições municipais e tendem a chegar à eleição presidencial.

Se Eduardo Campos derrotou Lula e o PT em BH e Recife, o vice-presidente Michel Temer correu para providenciar ontem mesmo o apoio do PMDB a Haddad em São Paulo. Está garantindo o próprio espaço em 2014.